



REGIONE SICILIANA
Assessorato Infrastrutture e Mobilità
Dipartimento Infrastrutture Mobilità e Trasporti
SERVIZIO XXIII

**PROCEDURA APERTA AI SENSI DEL D.Lgs N. 163/2006 E S.M.I.
PER L’AFFIDAMENTO DEL**

**Servizio di ideazione, progettazione, realizzazione e monitoraggio delle attività
pubblicitarie e informative previste dalle linee guida al piano di
comunicazione del Comitato Regionale per le Comunicazioni (Co.Re.Com.) della
Regione Siciliana**

CIG: 3729744A1B - CPV: 79341000-6

CAPITOLATO TECNICO

SOMMARIO

- 1. OGGETTO**
- 2. FINALITÀ DELL'APPALTO**
- 3. DESTINATARI**
- 4. DESCRIZIONE DEI SERVIZI E DELLE FORNITURE**
- 5. DURATA DELL'APPALTO**
- 6. GRUPPO DI LAVORO**
- 7. VARIANTI**

1. OGGETTO

Il presente capitolato tecnico, allegato al bando di gara di cui costituisce parte integrante e sostanziale, definisce i contenuti fondamentali del servizio di cui alla gara indetta dalla Regione Siciliana - Servizio XXIII "Gestione amministrativa LL.PP. Attività tecniche Palazzo d'Orléans e siti presidenziali" del Dipartimento delle infrastrutture della mobilità e dei trasporti (di seguito per brevità: Amministrazione), avente ad oggetto l'affidamento del servizio di "ideazione, progettazione, realizzazione e monitoraggio delle attività pubblicitarie e informative previste dalle linee guida al piano di comunicazione del CO.RE.COM. Sicilia", con particolare attenzione, alle funzioni delegate che l'ente, ai sensi della legge n. 249 del 31 luglio 1997, è chiamato a svolgere in qualità di organo decentrato dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni.

Le linee guida al piano di comunicazione del CO.RE.COM. Sicilia sono consultabili sul medesimo sito di pubblicazione della documentazione inerente la presente gara.

2. FINALITÀ DELL'APPALTO

Coerentemente al citato piano, al quale si rimanda per quanto non espressamente contemplato nel presente capitolato, dovranno essere realizzati i seguenti obiettivi generali:

- favorire la conoscenza delle attività istituzionali del Comitato;
- diffondere le informazioni sulle funzioni delegate in termini sia di comprensione dei servizi erogati sia di consapevolezza delle possibilità offerte;
- sostenere la conoscenza della normativa del settore delle telecomunicazioni e della comunicazione pubblica e politica;
- supportare con informazioni puntuali le fasi di transizione dalle trasmissioni analogiche a quelle digitali;
- incoraggiare la creazione di reti e relazioni volte all'osservazione e allo studio della comunicazione istituzionale e della comunicazione pubblica in Sicilia.

Dovranno essere, quindi, realizzate le seguenti iniziative informative e pubblicitarie, meglio specificate nel successivo art. 4:

1. azioni di comunicazione istituzionale;
2. campagna di comunicazione integrata sulla funzione delegata "conciliazione";
3. campagna di comunicazione integrata sulla funzione delegata "tutela dei minori";
4. strumenti informativi sulla funzione delegata del "diritto di rettifica";
5. strumenti informativi sulla funzione delegata dei "sondaggi";
6. azioni di verifica e monitoraggio del servizio.

3. DESTINATARI

Il pubblico delle azioni di informazione e pubblicità è costituito principalmente dal target generale costituito dall'intera cittadinanza siciliana (sono oltre 4 milioni i cittadini residenti in Sicilia aventi un'età maggiore di 18 anni). Accanto al target generale si individuano altri più qualificati e mirati costituiti dal sistema dei media, dai professionisti della comunicazione (agenzie di comunicazione, pubblicitari, concessionari, ecc), dagli operatori dell'informazione (giornalisti,

editori, ecc) e dal sistema delle telecomunicazioni (operatori telefonici, provider, ecc). Sono coinvolti, inoltre, le istituzioni e l'opinione pubblica in generale.

4. DESCRIZIONE DEI SERVIZI E DELLE FORNITURE

4.1 Copy strategy

La comunicazione dovrà essere intesa come uno strumento organico in grado di raggiungere selettivamente i pubblici di riferimento e contribuire alla conoscenza dell'ente e delle sue funzioni. In funzione di questa impostazione strategica si dovrà provvedere a definire una innovativa copy strategy capace di coniugare le esigenze di comunicazione istituzionale e gli obiettivi e le finalità delle azioni a supporto delle funzioni delegate.

In sede di offerta, il Concorrente dovrà, quindi, presentare un progetto di visual design supportato dalla relativa descrizione del rationale creativo.

Il progetto dovrà comprendere la Copy Strategy inerente tutte le iniziative informative e pubblicitarie di cui al precedente art. 2. Dovranno essere opportunamente descritti, a titolo esemplificativo e non esaustivo, tutti gli elementi distintivi grafici e testuali (visual, headline, payoff, ecc.) i layout dei formati pubblicitari, ecc. È possibile allegare elaborati grafici dei prodotti/adattamenti previsti.

L'Aggiudicatario dovrà provvedere alla realizzazione dei formati previsti dalla pianificazione dei mezzi impegnandosi a garantire l'originalità del lavoro e assicurando il massimo livello qualitativo in tutte le fasi della produzione.

La fornitura comprende la cessione dei relativi diritti di proprietà e di riproduzione all'Amministrazione.

Tutti gli elaborati testuali, grafici, fotografici e sonori dovranno essere forniti dall'Aggiudicatario su adeguato supporto elettronico, con regolare assolvimento dei diritti SIAE e di tutti i diritti previsti dalla vigente normativa.

4.2 Azioni di comunicazione istituzionale

È richiesta l'ideazione, la progettazione grafica, la realizzazione, la stampa e la distribuzione di una linea di prodotti informativi, quali:

- brochure istituzionale, riportante informazioni generali sul Corecom Sicilia insieme a una visione sistematica delle sue funzioni - f.to chiuso A5 a colori, di almeno 16 pag – almeno 1.000 copie;
- opuscolo per i cittadini, riportante informazioni sul passaggio in Sicilia al DTT, sulla base di contenuti che saranno messi a disposizione dal Comitato - f.to chiuso A5 a colori, di almeno 8 pag – almeno 10.000 copie, da distribuire in allegato ad un periodico regionale;

4.3 Campagna di comunicazione sulla funzione delegata "Conciliazione"

La campagna sul servizio di conciliazione sarà realizzata nel territorio regionale attraverso l'utilizzo integrato di diversi mezzi: esposizione di manifesti di vario formato, messa in onda di spot radiofonici, pubblicazione di annunci stampa e di banner Internet. La pianificazione della campagna dovrà essere coerente con le indicazioni del Piano di Comunicazione del CO.RE.COM.. Nello specifico, la campagna dovrà realizzarsi attraverso la pianificazione di:

- stampa quotidiana regionale con la pubblicazione di almeno un avviso a pagina intera sulle maggiori testate siciliane (le testate offerte, i lettori raggiunti, il numero di uscite dovranno essere specificati, costituendo elemento di valutazione);
- siti web d'informazione/attualità regionale con la pubblicazione di banner per una durata minima di 14 gg (Il numero e il profilo dei siti, le dimensioni e la posizione del banner, così come le modalità di pubblicazione, dovranno essere specificati, costituendo elemento di valutazione);
- affissione che dovrà essere realizzata su tutto il territorio regionale prevedendo almeno un lancio da 14 giorni. Gli impianti dovranno essere collocati nei punti strategici delle maggiori città siciliane, ad es. aree urbane e pedonali, assi viari ad alta frequentazione sia urbani che extraurbani, ecc. (L'ubicazione geografica, le dimensioni, il numero, il posizionamento e la durata di esposizione degli impianti dovranno essere specificati, costituendo elemento di valutazione).

4.4 Campagna di comunicazione sulla funzione delegata “Tutela dei minori”

La campagna sul servizio di tutela dei minori sarà realizzata nel territorio regionale attraverso l'utilizzo integrato di diversi mezzi: esposizione di manifesti di vario formato, messa in onda di spot radiofonici, pubblicazione di annunci stampa e di banner Internet. La pianificazione della campagna dovrà essere coerente con le indicazioni del Piano di Comunicazione del CO.RE.COM.. Nello specifico, la campagna dovrà realizzarsi attraverso la pianificazione di:

- stampa periodica regionale con la pubblicazione di almeno due avvisi a pagina intera sulle maggiori testate periodiche siciliane (le testate offerte, le copie diffuse, il numero di uscite dovranno essere specificati, costituendo elemento di valutazione);
- siti web d'informazione/attualità regionale con la pubblicazione di banner per una durata minima di 14 gg (Il numero e il profilo dei siti, le dimensioni e la posizione del banner, così come le modalità di pubblicazione, dovranno essere specificati, costituendo elemento di valutazione);
- affissione che dovrà essere realizzata su tutto il territorio regionale prevedendo almeno un lancio da 14 giorni. Gli impianti dovranno essere collocati nei punti strategici delle maggiori città siciliane, ad es. aree urbane e pedonali, assi viari ad alta frequentazione sia urbani che extraurbani, ecc. (L'ubicazione geografica, le dimensioni, il numero, il posizionamento e la durata di esposizione degli impianti dovranno essere specificati, costituendo elemento di valutazione);
- circuiti televisivi regionale con la messa in onda di spot della durata di 30” e redazionali da 180” all'interno di format d'attualità per almeno un lancio da 14 gg (Il numero di spot, la durata, il formato e le emittenti televisive su cui saranno programmati dovranno essere specificati, costituendo elemento di valutazione).

4.5 Strumenti informativi sulla funzione delegata del “diritto di rettifica”

È richiesta l'ideazione, la progettazione grafica, la realizzazione, e la stampa del seguente strumento finalizzato alla diffusione delle informazioni sul diritto di rettifica:

- Pieghevole tre ante - F.to aperto A4, carta patinata opaca 130gr/mq, stampa in quadricromia in almeno 2.000 copie.

4.6 Strumenti informativi sulla funzione delegata dei “sondaggi”

È richiesta l'ideazione, la progettazione grafica, la realizzazione, e la stampa del seguente strumento finalizzato alla diffusione delle informazioni sull'attività di verifica dei sondaggi:

- Pieghevole tre ante - F.to aperto A4, carta patinata opaca 130gr/mq, stampa in quadricromia in almeno 2.000 copie.

4.7 Monitoraggio

L'offerta dovrà illustrare la metodologia e le azioni previste per il monitoraggio, la misurazione e la valutazione per il controllo dell'efficacia delle campagne pubblicitarie. L'aggiudicatario dovrà fornire all'Amministrazione un report finale contenente i principali indici di realizzazione e risultato corredati dalla documentazione relativa (foto, video, tabelle, relazioni, ecc).

5. DURATA DELL'APPALTO

La durata dell'appalto è di dodici mesi. L'Amministrazione si riserva, inoltre, di affidare, ex art. 57 co. 5 lett. a) del D.Lgs.163/2006 e s.m.i., all'Aggiudicatario eventuali servizi complementari non compresi nel progetto iniziale nè nel contratto iniziale qualora a seguito di circostanze imprevedute diventino necessari all'esecuzione del servizio oggetto dell'appalto, per un valore complessivo non superiore al 50% dell'importo del contratto iniziale.

6. GRUPPO DI LAVORO

Per la realizzazione del servizio, l'Aggiudicatario dovrà assicurare l'impegno di un apposito gruppo di lavoro la cui composizione minima, a pena d'invalidità dell'offerta, deve includere:

- n.1 direttore responsabile, referente unico dell'Amministrazione appaltante per il servizio, con almeno tre anni di esperienza;
- n.1 media expert, con almeno tre anni di esperienza;
- n. 1 art director, con almeno tre anni di esperienza;

I requisiti minimi suddetti devono risultare immediatamente evincibili dal curriculum professionale di ciascun componente.

7. VARIANTI

Fermo restando l'ammontare complessivo del costo dei servizi, il termine massimo d'esecuzione e la scansione temporale, le modalità di realizzazione delle azioni potranno subire delle modifiche seppure in modo tale da non comportare cambiamenti circa la natura degli interventi e le caratteristiche di merito del progetto, per esigenze dell'Amministrazione od anche su proposta dell'Aggiudicatario, al fine di assicurare il risultato più efficace ed il pieno raggiungimento degli obiettivi del Servizio affidato.

Tutte le modifiche proposte dall'Aggiudicatario dovranno essere preventivamente sottoposte all'approvazione dell'Amministrazione che potrà, ad insindacabile giudizio, autorizzarle in relazione a situazioni contingenti che potrebbero rendere necessari l'anticipazione, il differimento o la modifica di alcune azioni o ad oggettive ragioni di opportunità rispetto all'obiettivo di massima.