

## CAPITOLATO

### Ideazione, progettazione e gestione di attività di comunicazione nell'ambito della programmazione 2023

#### 1. OBIETTIVI GENERALI

La Camera di commercio della Romagna oggi si definisce come 'istituzione strategica per lo sviluppo del Sistema Territoriale e quello Imprenditoriale in particolare' per sottolineare la prossimità inderogabile tra territorio, persone e sistema produttivo.

L'Ente si propone di rappresentare un'economia reale che tenga conto dello sviluppo strategico dell'impresa con particolare attenzione all'innovazione, ai valori territoriali ma anche alle singole persone, all'occupazione e alla formazione.

Le attività della Camera di commercio si declinano su una gamma di servizi di straordinaria eterogeneità per affiancare il sistema industriale dalla nascita delle nuove imprese, al loro sviluppo, passando per promozione e professionalizzazione.

Molti gli investimenti messi in campo su **digitalizzazione, innovazione e internazionalizzazione**, proprio in questi ultimi anni, che daranno i loro frutti nel lungo periodo; stessa dinamica anche per temi strategici come il **panorama culturale** – importante e sviluppato sul territorio - e i **grandi servizi**.

Nel corso dell'ultimo anno la Camera ha fattivamente lavorato alla costruzione di una rete di conoscenza e di saperi, per supportare la spinta all'innovazione; favorendo relazioni e scambi, incoraggiando un'ampia visione d'insieme, sostenendo e facilitando la creazione di valore, soddisfacendo bisogni e ascoltando necessità.

Nell'ambito delle attività complessive, nel 2021-2022 è stato implementato un piano di comunicazione sviluppato a supporto della tematica LAVORO - che costituisce la tematica centrale per le dinamiche tipiche della Camera e dei suoi servizi - sulla base delle seguenti linee guida:

- **sostanziale ampliamento dell'offerta di informazione e comunicazione** verso la platea dei cittadini, distribuiti anche attraverso **strumenti digitali interattivi e altamente flessibili** che integrino strumenti di ascolto continuo. In questo contesto si è inserita la progettazione e produzione l'utilizzo di una **piattaforma digitale**(Portale Lavoro) atta ad ospitare il set degli strumenti informativi, divulgativi, di ricerca e di ascolto necessari ad abilitare le politiche;
- sviluppo della **comunicazione bidirezionale** tra mondo delle imprese e Camera, tra enti formativi – cittadini – istituzioni e Camera con **l'utilizzo organico e continuativo di piattaforme social** e l'attivazione di un'area dedicata alla **social collaboration** (accessibile con registrazione), per consentire l'apertura di spazi di dialogo diretto e disintermediato con e tra tutti gli attori del sistema a favore del consolidamento di reti virtuose, efficaci ed autonome;
- **valorizzazione dei contenuti prodotti dalla Camera, attraverso una strategia comunicazionale volta a dare indicazioni per l'identificazione e creazione di contenuti**, per renderli maggiormente accessibili e fruibili, in un'ottica di coinvolgimento attivo e partecipato.

#### 1.2 OGGETTO DELLA FORNITURA

L'impresa affidataria dovrà fornire alla Camera di commercio della Romagna, 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 elencate di seguito.

Le attività dovranno essere svolte in continuità strategica con quanto fin qui effettuato, pertanto si richiede un approccio metodologico basato sulla gestione della progettazione attraverso il co-design, finalizzato a strutturare ogni elemento comunicativo come fonte di informazione e strumento attivo volto alla realizzazione della vision.

Le macro categorie di attività che dovranno essere svolte sono elencate di seguito:

## A) ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE DIGITALE

È richiesta la progettazione di un'attività di **assistenza tecnica alla comunicazione**, complessiva e articolata, che coinvolge tutti gli ambiti, i servizi e le attività notiziabili della Camera e dei suoi uffici, coerente con identità e valori dell'Ente, da attuare attraverso **strumenti tradizionali e digitali**, tenendo conto dei seguenti driver strategici:

**INFORMARE:** valorizzando le attività e i servizi della Camera, in particolare il suo patrimonio informativo e statistico a disposizione di un sistema produttivo territoriale che può - e deve - beneficiare di dati e previsioni.

**POSIZIONARE** la Camera in quanto 'guida' e orientatrice dello sviluppo territoriale verso gli stakeholder, per un loro coinvolgimento attivo: dalla condivisione della vision allo sviluppo di un dialogo aperto per consolidare la forte identità dell'ente e strutturare un percorso virtuoso e condiviso con le realtà del territorio.

**COINVOLGERE** il pubblico e acquisire nuovi contatti: affinando costantemente la strategia di comunicazione grazie all'analisi dei dati raccolti; favorendo l'impostazione di una narrazione quotidiana che favorisca il dialogo binario e abituale tra Camera di Commercio e utenza; promuovendo opportunità di intervento diretto e attivo tramite consultazioni e sondaggi.

In particolare vengono richieste le attività di seguito descritte:

- **Elaborazione e gestione della CONTENT STRATEGY complessiva da effettuarsi attraverso la** creazione di due piani editoriali, uno organico e l'altro strutturato sulle necessità dell'adv, declinati sulle caratteristiche dei canali attivi:
  - **Piano editoriale organico complessivo:** individuazione delle macro linee di sviluppo dei contenuti (calendario eventi, attività pianificate, etc.), opportunamente declinati per obiettivo e per canale, con indicazione degli strumenti (ad es. notizie, storie, video, social, aggiornamenti portale, etc.) delle tematiche calendarizzate, e delle tempistiche di pubblicazione; valutazione del *tone of voice*; indicazione delle modalità di aggiornamento, condivisione e revisione del piano editoriale. Monitoraggio e report: Le performance delle attività digital e social dovranno essere monitorate attraverso gli strumenti di analytics per permettere eventuali aggiustamenti e revisioni; si richiedono, pertanto, report bimestrali con dati, insight e indicazioni. sull'andamento dei canali digital e social relativamente alle attività organiche.
  - **Piano editoriale adv:** individuazione delle macro linee di sviluppo dei contenuti in coerenza con gli obiettivi identificati (brand positioning, fan acquisition, etc.), con indicazione del budget ottimale nonché delle tempistiche di pianificazione e declinazioni sui vari canali. L'attività dovrà prevedere: studio, progettazione e redazione calendario sponsorizzazioni, realizzazione contenuti delle campagne sponsorizzate, ottimizzazione pianificazione, controllo e monitoraggio, reportistica periodica.
- **gestione operativa:** gestione e pianificazione dei **4 canali social (Meta -Instagram e Facebook, LinkedIn e YouTube)**. Di seguito si dà una indicazione di massima delle attività e dei quantitativi previsti ex ante, indicazione che sarà oggetto di discussione nell'ambito della condivisione del piano editoriale.
  - Realizzazione contenuti
  - Caricamento dei contenuti e monitoraggio
  - Coordinamento continuativo con eventuali fornitori terzi per la realizzazione di materiali integrativi per il mantenimento del calendario editoriale (es: immagini, video, infografiche), sia in termini tecnici che relativamente alle tempistiche necessarie.
    - FACEBOOK : fino a n. 5 contenuti/settimana - post su indicazione del team di comunicazione della Camera + eventuali proposte da strategia di comunicazione

- INSTAGRAM: fino a n. 4 post e 5 story /settimana - post su indicazione del team di comunicazione della Camera + eventuali proposte da strategia di comunicazione
- LINKEDIN: fino a n. 5 post /settimana + eventuali post su indicazione del team di comunicazione della Camera + eventuali proposte da strategia di comunicazione
- YOUTUBE: pubblicazione fino a n. 4 video /settimana (i video saranno forniti dalla Camera di Commercio)

*NOTA: 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. A tal fine, si richiede la disponibilità ad adeguare la strategia proposta, in termini adattativi e innovativi agli eventuali cambiamenti del mercato digitale.*

## **B) PROGETTI SPECIALI**

Nell'ambito dello sviluppo delle attività della Camera, sono previsti alcuni progetti speciali – che verranno definiti in dettaglio nel corso del 2023 - per cui si richiede attività di supporto tecnico. Di seguito vengono descritte tre tipologie di progetti speciali, che potranno essere confermate o sostituite da attività analoghe:

- Tutor Virtuale 2023 - Le attività previste, a titolo esemplificativo e non esaustivo, potranno essere: supporto alla progettazione e gestione dell'attività, supporto all'attività di coordinamento tra imprese e studenti, supporto alla gestione della community, presentazioni social e digital, eventi sul territorio (presentazione e chiusura). Si richiede, inoltre, lo studio e proposizione di una strategia promozionale (cfr <https://lavoro.romagna.camcom.it/it/tutor-virtuale>);
- un ciclo di webinar (supporto alla progettazione e gestione dell'attività, supporto all'attività di coordinamento per la realizzazione);
- fino a n. 4 consultazioni pubbliche sul modello della consultazione pubblica per la stesura del Programma Pluriennale 22-27: supporto alla definizione dei contenuti del sondaggio (progettazione workflow domande/risposte, revisione formulazione testuale, user experience); promozione del sondaggio attraverso specifiche attività di comunicazione, supporto all'utilizzo di moduli funzionali per la proposizione, graficizzazione dei risultati in un report dedicato.
- Supporto alla comunicazione degli eventi istituzionali, fino a max 3/anno, con elaborazione di materiali grafico/testuali (ad es. creazione/elaborazione grafica del concept e declinazione degli strumenti, editing testuale su contenuti forniti, etc.)

Per le attività di "progetti speciali" si richiede anche la fornitura dell'eventuale supporto alla segreteria organizzativa e all'ufficio stampa.

## **C) SERVICE GRAFICO**

Nell'ambito dell'assistenza tecnica alla comunicazione delle attività della Camera, si richiede l'attivazione di un service grafico che operi in modo continuativo per la realizzazione di contenuti grafici da utilizzarsi sui canali digital e social, nonché offline.

**Il quantitativo di lavorazioni richieste è indentificato fino a max n. 2 "strumenti\*" a settimana** a partire da contenuti testuali e grafici forniti dalla Camera. Sarà cura del fornitore reperire eventuale materiale iconografico necessario per gli scopi definiti (quindi acquisito con permessi di utilizzo ad es. per web e/o carta stampata) e/o realizzare grafiche originali (ad es. infografiche per rappresentazione di contenuti/dati messi a disposizione dalla Camera).

*\*Con strumenti si intende: leaflet, locandina, invito, programma, brochure fino a max 2 ante, altro materiale afferente le tipologie citate*

#### D) CO-DESIGN REBRANDING DEL PORTALE ISTITUZIONALE DELLA CAMERA DI COMMERCIO DELLA ROMAGNA

Questa attività si inserisce nel percorso di revisione organica dell'identità digitale, e capitalizza l'esperienza avviata con la realizzazione del "progetto pilota Lavoro".

La progettazione dell'ecosistema digitale dovrà tenere conto delle indicazioni emerse dalla consultazione pubblica per la stesura del Programma Pluriennale 22-27 (*cf rbox Elementi di rilievo consultazione pubblica*).

##### **Elementi di rilievo consultazione pubblica**

Tra le risposte singole e aggregate giunte a seguito della consultazione pubblica per la stesura del Programma Pluriennale 22-27, alcune sono state evidenziate poiché la loro assunzione ha guidato la Camera nell'individuazione delle linee guida complessive per le attività del 2022-23. In particolare gli utenti hanno richiesto:

- *che la Camera di commercio agisca in quanto **Agenzia di sviluppo territoriale e luogo di confronto tra soggetti pubblici e privati***
- *che l'ente inneschi **processi di digitalizzazione ed innovazione** con ricadute chiare sulla sfera produttiva territoriale*
- *che la Camera agevoli i suddetti processi con **'strumenti per la messa in rete di conoscenze e relazioni (piattaforma collaborative)'***
- *che l'ente metta a disposizione **strumenti digitali creino connessioni immediate e virtuali***
- *che l'ente favorisca **una semplificazione degli iter burocratici, snellendo le pratiche richieste e rendendo digitali i processi***

Per garantire coerenza e consistenza alla progettazione dello sviluppo tecnologico del rebranding – che verrà affidato attraverso altro bando di gara – si richiede la partecipazione alle attività di co-design delle seguenti fasi progettuali di:

- Design dell'architettura dell'informazione con una revisione complessiva delle attuali aree, sezioni e funzionalità del Portale Istituzionale; la proposta dovrà prevedere l'eventuale inserimento dei contenuti/struttura dell'attuale Piattaforma Lavoro all'interno del nuovo Portale Istituzionale;
- Proposizione della visual identity attraverso un mood grafico che possa essere applicato al templating complessivo del portale; Revisione e design di *template* grafici navigabili (demo) e successiva creazione *mockup* funzionali;
- Editing testuale e revisione dei contenuti in chiave SEO.

L'attività di co-design prevede nello specifico la partecipazione da parte del Responsabile di Progetto e/o della professionalità più coerente con le attività previste, alle riunioni pianificate periodicamente di allineamento e condivisione delle proposte (per circa n. 2 mesi).

### **3. TEMPISTICA DI REALIZZAZIONE**

Il contratto avrà decorrenza dalla data di aggiudicazione fino al 31 dicembre 2023.

I servizi descritti ai §§ A, B e C dovranno essere svolti per tutta la durata del contratto, senza alcuna soluzione di continuità. Le tempistiche del servizio di cui al § D saranno concordate con la stazione appaltante (indicativamente nel primo semestre).

### **4. PAGAMENTI**

I pagamenti avverranno in base a stati avanzamento del progetto dietro presentazione di regolare fattura (indicativamente 40% al 30/04/2023, 30% al 30/09/2023 e 30% a conclusione del progetto).

### **5. OFFERTA ECONOMICA**

Prezzo a base d'asta: **€ 111.000,00** IVA esclusa.

Si stima che gli oneri della sicurezza per rischi da interferenza sono pari a zero (zero/00).

## **6. CRITERIO DI AGGIUDICAZIONE**

Ai fini dell'aggiudicazione, l'appalto sarà assegnato mediante affidamento diretto in base al criterio del minor prezzo offerto, ai sensi dell'articolo 95, del D. Lgs. n. 50/2016.

## **7. REQUISITI DI ORDINE GENERALE PER PARTECIPARE ALLA PROCEDURA**

L'affidatario non deve essere incorso in uno dei motivi di esclusione di cui all'art. 80 del D.lgs n. 50/2016.

I requisiti devono essere posseduti alla data di presentazione della proposta economica e mantenuti per tutto il periodo dello svolgimento del servizio.

L'accertamento della mancanza anche di uno solo dei suddetti requisiti comporta la revoca dell'affidamento.

## **8. MODALITÀ DI PRESENTAZIONE DELL'OFFERTA**

L'operatore economico dovrà inserire, sul portale CONSIP, in formato pdf e firmato digitalmente dal Legale Rappresentante o dal Procuratore i seguenti documenti:

- Offerta economica con indicazione del prezzo,
- Documentazione amministrativa richiesta (dichiarazione sostitutiva ai sensi del DPR 445/2000 sulla base della modulistica predisposta dall'Ente e corredata da fotocopia del documento d'identità in corso di validità),
- Accettazione del presente capitolato (attraverso apposita dichiarazione oppure con sottoscrizione del presente documento).

## **9. TRATTAMENTO DEI DATI ED ULTERIORI INFORMAZIONI**

Il trattamento dei dati personali è effettuato, ai sensi del Regolamento UE 679/2016 e del D.Lgs. 196/2003 come modificato dal D.Lgs. 101/2018, esclusivamente da parte della Camera di commercio per le finalità connesse all'espletamento della procedura in oggetto.

Per eventuali chiarimenti e/o informazioni sulla procedura contattare l'Ufficio Provveditorato al n. 0543 713414 oppure tramite e-mail: [provveditorato@romagna.camcom.it](mailto:provveditorato@romagna.camcom.it)

Si precisa che:

- l'Ente è soggetto alla fatturazione elettronica (codice univoco ufficio ST9NPX),
- l'Ente è soggetto allo Split Payment,
- l'imposta di bollo sul contratto, pari a 16,00 euro, sarà assolta dalla Camera di Commercio della Romagna Forlì - Cesena e Rimini in modo virtuale su Autorizzazione dell'Agenzia delle Entrate - Direzione Regionale dell'Emilia Romagna n. 2016/70586 e pertanto l'importo di € 16,00 sarà a carico del fornitore e sarà trattenuta all'atto del pagamento della fattura.

Il Responsabile Unico del Procedimento (RUP) ai sensi dell'art.31 del D.Lgs. n.50/2016 è il Dott. Roberto Albonetti.

IL SEGRETARIO GENERALE  
dott. Roberto Albonetti  
*documento firmato digitalmente*