

## Area Promozione e Comunicazione

ALL. A

**PROCEDURA RDO SEMPLICE APERTA  
PER L’AFFIDAMENTO DEL SERVIZIO  
“COMUNICAZIONE E INFORMAZIONE DELL’ATTIVITA’ ISTITUZIONALE DI ARSIAL”  
IN OCCASIONE DELLA 55^ EDIZIONE DEL VINITALY – COMPRENSIVA DEL FUORI SALONE  
“VINITALY AND THE CITY” – E DELLA 27^ EDIZIONE DI SOL&AGRI FOOD  
CHE SI TERRANNO DAL 31 MARZO AL 5 APRILE 2023 A VERONA  
CIG ZD53A89B3C  
CUP F89B23000030005**

## CAPITOLATO TECNICO

### ART. 1 – PREMESSA

L’Arsial – Agenzia regionale per lo sviluppo e l’innovazione dell’Agricoltura del Lazio - opera per il miglioramento delle produzioni agricole, della qualità del cibo e per lo sviluppo economico e sociale del sistema agricolo regionale. L’attività istituzionale di ARSIAL - oltre alla conservazione della biodiversità agricola e della fauna ittica delle acque interne al territorio regionale e l’uso sostenibile delle risorse genetiche a rischio di estinzione e alla realizzazione di progetti di sviluppo agricolo nel rispetto della sicurezza e tutela dell’ambiente -, consiste nel promuovere, valorizzare e migliorare l’accesso al mercato dei prodotti agroalimentari e dei prodotti tipici laziali, anche partecipando alle più importanti fiere di settore a livello nazionale e internazionale. Nella fattispecie, la Regione Lazio ha affidato, con DGR 922 del 14/12/2021, ad Arsial l’organizzazione e la realizzazione delle manifestazioni finalizzate alla promozione e valorizzazione dei prodotti enogastronomici e agroalimentari del Lazio.

Al fine di garantire:

- ✓ Una migliore visibilità dell’attività di promozione svolta da Arsial in Italia e all’estero;
- ✓ Il maggior coinvolgimento possibile di tutti i soggetti interessati alle attività di Arsial sul territorio regionale;
- ✓ Un’informazione efficace nei confronti del grande pubblico sugli eventi e appuntamenti di interesse di Arsial e dei potenziali beneficiari sulla politica di sviluppo, innovazione nel settore agricolo e sostenibilità ambientale;

### ART. 2 – OBIETTIVI DELL’APPALTO

Arsial ha necessità di affidare il servizio di comunicazione e informazione delle proprie attività istituzionali in occasione della 55^ edizione del Vinitaly – comprensiva del fuori salone “Vinitaly and the

City” – e della 27<sup>a</sup> edizione di SOL&AGRI FOOD che si terranno a Verona dal 31 marzo al 5 aprile 2023 (di seguito Campagna di Comunicazione).

L’Arsial con la Campagna di Comunicazione, intende raggiungere i seguenti obiettivi:

1. Dare supporto alla comunicazione dell’Organo di Vertice e aumentare la conoscenza e la visibilità di Arsial a livello nazionale e internazionale, tramite i media tradizionali e digitali;
2. Massimizzare l’efficacia della comunicazione in occasione della più importante fiera enologica e dei distillati a livello internazionale, sia nei confronti dei buyer italiani ed esteri che verso il grande pubblico;

### **ART. 3 – OGGETTO E VALORE DELL’APPALTO**

L’Arsial (di seguito Stazione appaltante) intende affidare l’appalto che ha per oggetto il servizio relativo alla Campagna di Comunicazione suddetta, comprendendo tutta l’attività di comunicazione e informazione ante e post le due manifestazioni: la 55<sup>a</sup> edizione del Vinitaly – comprensiva del fuori salone “Vinitaly and the City” e la 27<sup>a</sup> edizione di SOL & AGRI FOOD – che si terranno a Verona dal 31 marzo al 5 aprile 2023.

L’importo complessivo massimo di spesa stimato per la prestazione del servizio è pari ad Euro 6.000,00 (seimila) oltre IVA al 22% per un totale pari a € 7.320,00 (settemilatrecentoventi);

### **ART. 4 – INDIVIDUAZIONE DESTINATARI DEL SERVIZIO DI COMUNICAZIONE E INFORMAZIONE**

I destinatari delle azioni di informazione e comunicazione saranno:

- Le agenzie di stampa e i media tradizionali e digitali;
- i blogger e gli influencer di settore, nazionali e internazionali, presenti ai due eventi fieristici suddetti;
- le Aziende ed i soggetti destinatari dell’attività di promozione in Italia e all’Estero di Arsial, gli stakeholder e il grande pubblico, che dovrà essere sensibilizzato sul valore economico e sociale del settore enologico ed agroalimentare del Lazio.

Le diverse strategie adottate per la realizzazione delle attività di comunicazione dovranno essere differenziate a seconda dei diversi target.

La necessità di svolgere un’attività di comunicazione rivolta a target distinti si dovrà tradurre nell’individuazione di azioni di comunicazione specifiche che saranno pianificate in modo sinergico al fine di poterne garantire una migliore visibilità ed una maggiore efficacia.

### **ART. 5 – SPECIFICHE DEL SERVIZIO**

In coerenza con gli obiettivi stabiliti, il servizio presentato dovrà prevedere le seguenti azioni:

#### **5.1 Comunicazione tramite i Social Network**

Attualmente l’Arsial dispone dei seguenti canali Social: facebook, instagram e twitter, gestiti da personale dell’Agenzia.

La strategia di comunicazione sul web dell’Affidatario in occasione della Campagna di Comunicazione, dovrà puntare a:

- aumentare il livello di *engagement* dei follower sui Social Media, creando contenuti ad hoc, diversi per ogni singolo canale social;
- far diventare i canali social luogo di animazione e conversazione sui temi enologico e agroalimentare del Lazio;
- rendere attrattivo il territorio della nostra Regione attraverso lo storytelling dei prodotti dell’agricoltura laziale.

L'affidatario dovrà arricchire di contenuti multimediali i canali social a partire dalla data di aggiudicazione del servizio avente ad oggetto la Campagna di Comunicazione relativa le manifestazioni fieristiche suddette e fino alla conclusione della stessa.

## **5.2 Ufficio Stampa**

L'affidatario dovrà garantire al meglio l'attività di Ufficio Stampa, veicolando e controllando il flusso di informazioni dell'Ente ai vari media, sia tradizionali (agenzie di stampa, testate giornalistiche locali e nazionali della carta stampata, radio e televisioni), che digitali (testate online, web tv e blog di settore), individuando e coinvolgendo, attraverso attività relazionali e redazionali, giornalisti, influencer e blogger in grado di ottimizzare e diffondere i contenuti sia sui media tradizionali che su web.

L'Ufficio Stampa dovrà essere attivo, a far data dall'avvio del servizio, in occasione della partecipazione della Stazione appaltante agli eventi fieristici suddetti, per la divulgazione di contenuti/risultati dell'attività di promozione di Arsial, comprendendo gli interventi propri dell'attività di Ufficio Stampa, ante e post le due manifestazioni.

L'Ufficio Stampa dovrà svolgere l'attività in stretto rapporto con l'Arsial, in modo da evitare fenomeni di sovrapposizione di uscite o anticipazioni, secondo una tempistica specifica e concordata.

### **5.2.1 Materiale informativo**

Il materiale informativo dovrà essere realizzato in formato cartaceo dall'Affidatario e dovrà essere reso disponibile in italiano e in inglese sul portale web e scaricabile autonomamente.

Il materiale informativo dovrà recare i loghi forniti dalla Stazione appaltante.

L'affidatario dovrà utilizzare elementi multimediali in grado di aumentare l'efficacia delle informazioni. Le immagini inserite sui social e/o nei comunicati stampa dovranno essere prima condivise con i referenti del servizio Comunicazione della Stazione appaltante. Le immagini dovranno essere di buona qualità ma anche facili da condividere.

## **5.3 Numero di notizie da veicolare, stile della comunicazione e strumenti pubblicitari**

L'affidatario dovrà garantire, attraverso un'adeguata strategia comunicativa/pubblicitaria, la divulgazione delle notizie, concordate con la Stazione appaltante, sulle agenzie di stampa, sui quotidiani locali e nazionali, sugli organi di informazione telematici (redazioni giornalistiche on line, siti web di settore), per un massimo di 9 notizie durante la Campagna di Comunicazione (3 notizie per ciascun evento fieristico: Vinitaly and the City, Vinitaly e SOL& AGRICOLA FOOD).

L'affidatario dovrà inoltre garantire i passaggi delle notizie dell'attività istituzionale della Stazione appaltante nelle trasmissioni radiofoniche o nei notiziari delle stesse per un massimo di 9 passaggi radiofonici

L'obiettivo è quello di promuovere lo sviluppo rurale del Lazio nel suo complesso attraverso una selezione di notizie/eventi concordata con la Stazione appaltante.

## **ART. 6 – MONITORAGGIO E REPORT FINALE**

L'affidatario dovrà svolgere un monitoraggio sulle attività di comunicazione poste in essere sia di tipo qualitativo che quantitativo su di un target rappresentativo della popolazione del Lazio, per verificare l'efficacia della campagna di comunicazione in termini di:

- impatto
- gradimento
- ricordo spontaneo e guidato
- decodifica del messaggio

L'affidatario dovrà produrre un report finale, post campagna di comunicazione, entro il mese successivo al termine del servizio, corredato da elenco notizie uscite online e da una rassegna stampa cartacea degli articoli pubblicati dalle testate giornalistiche tradizionali.

#### **ART. 7 – SOGGETTI AMMESSI ALLA GARA E GRUPPO DI LAVORO**

Possono partecipare alla gara indetta dalla Stazione appaltante su MePA le Società o Agenzie di Comunicazione iscritte alla “categoria 2 Marketing, comunicazione, pubblicità, social media, ricerche di mercato”, codice CPV 79341400-0 Servizi di campagne pubblicitarie che siano state affidatarie di almeno 5 campagne di Comunicazione e Informazione, di cui almeno 1 avente come committenti Enti pubblici, preferibilmente istituzionali, negli ultimi tre anni di attività.

Al fine di assicurare un adeguato raccordo con la Stazione appaltante e con i media tradizionali e digitali, l'affidatario dovrà assicurare l'impegno di un gruppo di lavoro costituito almeno dalle figure professionali di seguito indicate:

- 1 Capo progetto con esperienza in comunicazione social e informazione giornalistica almeno quinquennale, che abbia coordinato e/o diretto almeno una campagna di comunicazione e informazione, per un Ente pubblico istituzionale, relativa alle attività di cui all'art. 5 del presente capitolato;
- 1 Referente del gruppo di lavoro che abbia gestito almeno una campagna con le attività di cui all'art. 5 del presente capitolato e che avrà il compito di interfacciarsi quotidianamente con la Stazione Appaltante su tutti gli aspetti del progetto;
- 1 giornalista pubblicitista o professionista che abbia gestito almeno 2 campagne di comunicazione nel ruolo di ufficio stampa;
- 1 social media writer con esperienza almeno triennale.

L'Affidatario dovrà comunicare i nominativi e allegare i curricula alla domanda di partecipazione all'atto dell'offerta e non potrà sostituirli per tutta la durata del servizio.

#### **ART. 8 – CRITERIO DI AGGIUDICAZIONE DELL'APPALTO**

L'appalto di servizio di comunicazione e informazione delle attività istituzionali di Arsial in occasione della 55<sup>a</sup> edizione del Vinitaly – ecomprensiva dell'evento “Vinitaly and the City” – e della 27<sup>a</sup> edizione di SOL&AGRI FOOD che si terranno a Verona dal 31 marzo al 5 aprile 2023 verrà aggiudicato secondo il criterio del minor prezzo ai sensi dell'art. 95 comma 4 lettera b) del D.lgs. 50/2016.

#### **ART. 9 – CRONOPROGRAMMA**

Il giorno successivo alla stipula del contratto, si terrà una prima riunione durante la quale verranno comunicate le principali attività notiziabili in programma negli eventi fieristici suddetti per consentire all'Affidatario di fornire nei 3 giorni successivi la pianificazione dell'attività dell'Ufficio Stampa e il cronoprogramma delle attività di comunicazione sui canali social.

#### **ART. 10 – MODALITÀ OPERATIVE RICHIESTE**

Di seguito si riportano le indicazioni operative cui l'affidatario dovrà attenersi per l'esecuzione dell'appalto:

- L'affidatario dovrà sottoporre alla Stazione appaltante la bozza di tutti i prodotti richiesti per l'approvazione definitiva di ciascun prodotto;
- il Capo Progetto sarà il responsabile del progetto nel suo complesso e di ogni singola attività. Si coordinerà con la Stazione appaltante, con il referente aziendale e con il referente individuato dalla Stazione appaltante in maniera continuativa;

- il Referente aziendale dovrà assicurare il massimo raccordo con la Stazione appaltante e dovrà svolgere il ruolo di referente per qualsiasi questione inerente la realizzazione del progetto oggetto dell'appalto;
- tutte le riunioni dovranno svolgersi nella sede ArsiAl di via Lanciani, 38 o presso altra sede indicata dalla Stazione appaltante;
- l'affidatario dovrà garantire l'originalità del lavoro e assicurare il massimo livello qualitativo in tutte le fasi della produzione.

#### **ART. 11 – PROPRIETA' DEI PRODOTTI E DELLE FORNITURE**

I diritti di proprietà e/o di utilizzazione e sfruttamento economico di tutti gli elaborati, realizzati dall'affidatario nell'ambito o in occasione dell'esecuzione del servizio di cui al presente capitolato, rimarranno di titolarità esclusiva della Stazione appaltante, che potrà disporre senza alcun tipo di restrizione. Detti diritti, ai sensi della normativa sulla protezione del diritto d'autore, devono intendersi ceduti, acquisiti e/o licenziati in modo perpetuo, illimitato e irrevocabile. Tutto il materiale realizzato non potrà mai essere utilizzato da terzi senza debita autorizzazione della Stazione appaltante e per fini diversi da quelli stabiliti dalla Stessa.

#### **Art. 12 – DURATA DEL CONTRATTO**

Il contratto durerà dalla data di sottoscrizione del contratto al termine dei servizi previsti e concordati e comunque fino a conclusione degli eventi fieristici VINITALY E SOL&AGRIFOOD.

#### **Art. 13 – MODALITA' DI PAGAMENTO**

Il pagamento avverrà al termine del servizio e dopo la redazione da parte del Responsabile del Procedimento del verbale di regolare esecuzione, previa verifica della regolarità contributiva dello stesso.

A cura del RUP sarà comunicato alla società affidataria, l'obbligo di indicare all'atto dell'emissione della fattura elettronica il riferimento dell'atto amministrativo autorizzativo (determinazione ARSIAL) a pena rifiuto della fattura elettronica, senza ulteriori verifiche e, nel campo "Riferimento Amministrazione", il Centro di Responsabilità Amministrativa (CRAM), per facilitare lo smistamento della fattura all'Area competente.