

CAPITOLATO COMUNICAZIONE E FACILITAZIONE

Importo a base d'asta

€. 77.408,00= IVA esclusa.

Ai sensi dell'art. 106, comma 12, del codice degli appalti, la Stazione appaltante si riserva espressamente la possibilità di una diminuzione delle prestazioni fino a concorrenza del quinto dell'importo del contratto, senza che l'appaltatore possa far valere alcun diritto alla risoluzione.

Requisiti di partecipazione

Costituiscono requisiti di ordine generale, l'assenza dei motivi di esclusione di cui all'art. 80 del D.Lgs. 50/2016 e s.m.i.

Requisiti di idoneità professionale

Ai sensi dell'art. 83, comma 1 lett. a) del D. Lgs. n. 50/2016 e s.m.i., costituiscono requisiti di idoneità professionale richiesti a pena di esclusione: 1) Iscrizione al Registro delle Imprese presso la C.C.I.A.A. In caso di partecipazione di un Raggruppamento Temporaneo di Imprese, Contratto di Rete, Consorzio, soggetti di cui all'art. 45, comma 2 lett. b) e c) del D.Lgs. 50/2016 e s.m.i., i requisiti di idoneità professionale di cui al presente articolo devono essere soddisfatti da tutte le Imprese che partecipano alla gara.

Requisito di esecuzione: Gruppo di lavoro

Ai fini dell'esecuzione del Servizio l'Aggiudicatario dovrà mettere a disposizione congrue risorse organizzative, tecniche e professionali tali da garantire l'esecuzione della prestazione richiesta nei modi e nei tempi prestabiliti. Pertanto, ai fini dell'esecuzione del Servizio in questione dovrà essere costituito un apposito gruppo di lavoro (GdL) composto da professionalità aventi requisiti non inferiori a quelli di seguito descritti.

- Giornalista con almeno 8 anni di esperienza in organizzazione di ufficio stampa;
- Copywriter con almeno 5 anni di esperienza nella creazione di contenuti e testi web e social media management;
- Esperto con almeno 8 anni di esperienza in conduzione di eventi facilitati, processi collaborativi, incontri di co-progettazione;
- Video maker e fotografo con almeno 8 anni di esperienza nella documentazione foto video di eventi e progetti;

OM

- Event manager con almeno 8 anni di esperienza nell'organizzazione di eventi, seminari, conferenze ecc.

In sede di preventivo sarà infine indicato un profilo professionale con esperienza quale figura di coordinatore del gruppo di lavoro e referente unico nei confronti del committente che assicura il rispetto del cronoprogramma indicato in sede di offerta ed è responsabile della qualità di tutti gli output prodotti.

Sarà inoltre cura dell'Aggiudicatario provvedere ad attività di monitoraggio e analisi della diffusione e degli strumenti di comunicazione indicati dal piano di comunicazione e dei risultati ottenuti attraverso l'attuazione di tutte le azioni di sensibilizzazione e comunicazione, individuando indicatori di performance del risultato utili a verificare l'impatto e di conseguenza provvedere a rettificare le azioni previste del piano di comunicazione per raggiungere gli obiettivi previsti.

Durata del servizio

Il servizio avrà inizio con la sottoscrizione del contratto e avrà durata fino alla conclusione delle attività del progetto Sea Marvel prevista per il 14 maggio 2023, incluso l'eventuale periodo di proroga concesso da parte dell'Autorità di Gestione del programma.

Cronoprogramma

In sede di preventivo il proponente dovrà indicare un cronoprogramma che indichi il periodo di attuazione delle attività e dei relativi output che saranno consegnati, fermo restando l'obbligo contrattuale di consegnare la prima stesura del piano di comunicazione entro un mese dalla firma del contratto. Il piano di comunicazione conterrà il cronoprogramma definitivo che sarà concordato con il Committente.

Pagamenti

Il pagamento del corrispettivo contrattuale, verrà effettuato previa emissione da parte dell'Impresa di regolare fattura elettronica ai sensi del D.M. 55/2013, in quattro stati di avanzamento lavori, di durata di sei mesi ciascuno, entro i termini di legge.

Il primo pagamento sarà effettuato a titolo di anticipazione del prezzo pari al 30% (trenta per cento), giusta art. 207, comma 1, della legge n. 77/2010, come modificato dalla legge n. 21/2021.

Le fatture e i relativi pagamenti successivi avverranno previa verifica delle condizioni di regolarità contributiva dell'Impresa, a seguito di positiva attestazione di regolare esecuzione del servizio.

Penali

Per i ritardi nell'esecuzione delle attività inerenti l'esecuzione del contratto saranno applicate nei confronti dell'Aggiudicatario le penali di seguito indicate. In caso di tardata esecuzione dei servizi, rispetto al termine indicato dal Committente, l'Amministrazione applicherà una penale, per ogni giorno naturale e consecutivo di ritardo, nella misura dello 0,3% fino all'1‰ (uno per mille) dell'importo netto contrattuale.

Le penali saranno applicate previa contestazione scritta degli inadempimenti all'Aggiudicatario da parte del RUP. L'Amministrazione potrà compensare le somme relative alle penali con i corrispettivi contrattuali dovuti all'Aggiudicatario, ovvero avvalersi della cauzione definitiva. Nel caso in cui l'importo delle penali dovesse essere pari o superiore al 10% dell'importo del contratto di fornitura, l'Amministrazione potrà procedere alla risoluzione del Contratto stesso. La richiesta e il pagamento delle penali non esonera in nessun caso l'Aggiudicatario dall'adempimento dell'obbligazione che, per ritardo o inadempienza, ha dato luogo alle sanzioni. Le somme per le eventuali penalità relative ai Contratti di fornitura saranno decurtate dai corrispettivi contrattuali, previa emissione di apposite note di credito, emesse dal Aggiudicatario a seguito di contestazione degli inadempimenti da parte del Dipartimento.

Descrizione del servizio

L'insieme delle attività, oggetto della fornitura del servizio, sono dirette a conferire il supporto tecnico, informatico, logistico ed organizzativo al Dipartimento di Agricoltura, Alimentazione e Ambiente per l'attività di comunicazione e divulgazione del progetto SEA MARVEL.

In sintesi, la tipologia degli interventi richiesti per l'esecuzione del servizio consiste in:

- Elaborazione di un Piano di Comunicazione, sulla base dell'identità visiva fornita dal Committente riferito all'intera durata del progetto, con la previsione di aggiornamenti semestrali. Il piano dovrà contenere tutti i format digitali di presentazioni, poster, banner, ed ogni altro *deliverable* previsto dal progetto;



- Progettazione e realizzazione di pubblicazioni, materiale didattico e informativo, gadget da distribuire durante gli eventi di sensibilizzazione. Tutti i prodotti e i gadget dovranno rispondere ai requisiti di utilità, innovatività e sostenibilità, nei materiali e negli utilizzi;
- Realizzazione di un sito web 2.0 interattivo e comunicazione on-line;
- Attivazione di strumenti di comunicazione social network e management dei canali dei diversi canali di comunicazione creati;
- Organizzazione di ufficio stampa e relazioni con la stampa nazionale e locale;
- Progettazione ed organizzazione di eventi di informazione, comunicazione e sensibilizzazione, inclusi workshop gestiti da figure professionali dedicate alla facilitazione di processi e dinamiche di gruppo;
- Realizzazione di documentazione audio-video fruibile via web e social network.

Si precisa che la comunicazione on-line rappresenta lo strumento centrale del Piano di comunicazione attraverso lo sviluppo di un sito web, che costituirà lo spazio virtuale di riferimento per l'informazione e la promozione di tutte le attività realizzate nell'ambito delle diverse linee d'intervento previste dal Progetto Sea Marvel. Al sito dovranno inoltre essere collegati i canali di social network dedicati (quali Facebook, Tik Tok e Instagram).

Il piano di comunicazione dovrà inoltre prevedere una sezione dedicata alle azioni necessarie per promuovere la partecipazione alle giornate di sensibilizzazione e le *challenge* tra scuole che saranno realizzate nell'ambito del progetto.

Specifiche del servizio

Le caratteristiche del servizio richiesto descritte dettagliatamente nel presente capitolo includono la predisposizione di un sistema integrato di comunicazione basato sull'utilizzo sia di strumenti on line (web, social media), e non (comunicati stampa, Press-kit dedicati, conferenze stampa, ecc.). La promozione di un modello di comunicazione diretta (convegni, partecipazione a seminari e incontri). La progettazione e realizzazione di materiali informativi, promozionali e di supporto agli eventi di comunicazione diretta (report, brochure, cartelline, totem – roll up, gadget, press kit).

La finalità del Servizio è quella di fornire strumenti e prodotti, tradizionali e innovativi di comunicazione e diffusione del progetto Sea Marvel, di tutte le linee di intervento incluse nei work package dello stesso, nonché dei relativi risultati, garantendo, nel contempo, il raccordo tra tutte le attività.

Il Servizio dovrà essere articolato in due distinte fasi: 1) Fase preparatoria, in stretto raccordo con il Committente, del Piano di comunicazione che descrive la strategia generale di comunicazione del Progetto. Tale Piano dovrà essere aggiornato con cadenza semestrale, da redigersi in conformità con quanto proposto in sede di Offerta. Il piano sarà oggetto di approvazione da parte del Committente previa consultazione in sede di Comitato di Pilotaggio del progetto Italia Malta.

2) Fase attuativa: realizzazione delle linee di azioni, descritte di seguito, in cui sarà articolato il servizio coerentemente con il cronoprogramma presentato in sede di Offerta.

Nella tabella di seguito riportata sono indicati, per ciascuna fase, gli output richiesti con le relative quantità minime dei prodotti attesi che caratterizzano il servizio richiesto e per il cui dettaglio si rimanda alla successiva descrizione.

Tutti gli output previsti dal piano di comunicazione dovranno essere in doppia lingua, italiano ed inglese.

Tutto il materiale informativo, kit, poster, brochure e gadget saranno acquistate direttamente dal Dipartimento con apposita procedura di evidenza pubblica le cui specifiche tecniche da includere nei capitoli saranno redatti con l'ausilio del gruppo di lavoro dell'aggiudicatario del servizio.

Attività	Output richiesti	Indicatori di realizzazione
Predisposizione del piano di comunicazione e dei relativi format	Piano di Comunicazione e allegati format	Nr. 1 piano
Layout dei prodotti di comunicazione, sensibilizzazione e gadget	Layout grafici (totem, brochure, gadget...)	Nr. 15
Progettazione e realizzazione del sito web di progetto	Specifiche tecniche capitoli	Nr. 5
Creazione profilo di progetto dei social network	Sito web 2.0	Nr. 1
Organizzazione di conferenze stampa	Canali social attivati	Nr. 3
Predisposizione di comunicati stampa	Conferenze stampa	Nr. 2
Predisposizione di Press Kit	Comunicati stampa inviati	Nr. 35
Organizzazione di Convegni	Press Kit stampati e in digitale	Nr. 60
Incontri di facilitazione/workshop	Report su Convegni organizzati	Nr. 2
Storytelling durante campagne di sensibilizzazione	Report su workshop realizzati	Nr. 10
	Report su attività e interazioni con i social network	20

OK

Fase preparatoria – Predisposizione Piano di Comunicazione

La progettazione e realizzazione del Piano di Comunicazione dovrà rispettare le indicazioni fornite dal Committente relativamente alla strutturazione ed organizzazione dei contenuti, recepire le specifiche tecniche del Manuale di identità visiva del Programma Italia Malta e del logo di progetto (Allegati al presente Capitolato), nonché gli obblighi di informazione e pubblicità a carico dei beneficiari di progetti finanziati dai Fondi strutturali.

Il Piano di Comunicazione, che concorre al raggiungimento delle priorità e delle finalità del Progetto Sea Marvel, dovrà avere i seguenti requisiti:

- Rendere immediatamente riconoscibili gli interventi attraverso l'utilizzo dell'identità visiva del Progetto Sea Marvel fornita dal Committente;
- Valorizzare il contributo del programma Italia Malta e dei partner del progetto Sea Marvel nel produrre un cambiamento attraverso le azioni di sensibilizzazione sulla tutela e salvaguardia delle aree Natura 2000;
- Restituire e diffondere obiettivi, azioni e risultati raggiunti dal Progetto applicando i principi di trasparenza, condivisione e partecipazione;
- Essere articolato in quattro principali linee di azione attraverso cui sviluppare l'intera strategia comunicativa del Progetto:
 1. Linea di azione 1 (comunicazione on-line- sito web e comunicazione social): che include la progettazione, realizzazione e gestione del sito web dedicato al Progetto Sea Marvel. Attraverso le indicazioni del Committente dovrà essere assicurata la realizzazione di un sito web di Progetto, il suo corretto posizionamento nei motori di ricerca e l'implementazione dei suoi contenuti. In particolar modo, il sito web dovrà essere implementato per tutta la durata del Servizio, rendendo razionale il processo e i flussi di comunicazione anche attraverso gli strumenti previsti. Il sito web oltre ad essere funzionale alla divulgazione del progetto e dei suoi risultati dovrà includere una componente dinamica e interattiva per quanto riguarda l'organizzazione di giornate di sensibilizzazione e specifiche challenge tra le scuole selezionate che saranno organizzate durante le attività di progetto. L'informazione e la comunicazione delle singole Linee d'intervento afferenti ai relativi Work Package, all'interno del sito web,

sarà veicolata attraverso l'organizzazione di sezioni e sottosezioni dedicate alla raccolta dei documenti di ricerca, allo sviluppo dei contenuti foto e video, l'approfondimento del materiale formativo ed informativo prodotto nell'ambito di ciascuna Linee di intervento; la predisposizione di un sistema integrato di comunicazione attraverso i social network.

2. Linea di azione 2 (comunicazione con i media). Attivazione di un ufficio stampa che manterrà costantemente aggiornate le principali agenzie di comunicazione nazionali e locali, provvederà alla diffusione di comunicati stampa, predisposizione di press kit e organizzazione di almeno 2 conferenze stampa.
3. Linea di azione 3 (comunicazione diretta): promozione di un modello di comunicazione diretta attraverso lo sviluppo di eventi di informazione, comunicazione e sensibilizzazione a livello territoriale (organizzazione di eventi dedicati, mostre e workshop e partecipazione ad eventi e seminari) atti a coinvolgere e far interagire tra loro stakeholder e gruppi di destinatari delle azioni delle singole linee di intervento che caratterizzano il Progetto Sea Marvel. A tal riguardo il gruppo di lavoro dovrà prevedere anche una figura di "facilitatore di processi e dinamiche di gruppo". Il committente fornirà inoltre supporto all'organizzazione di tutte le attività di sensibilizzazione già previste nell'ambito del work package 4 e 5 del progetto Sea Marvel.
4. Linea di azione 4 (produzione materiale e strumenti): pubblicazioni e strumenti di supporto quali banner, poster, materiale informativo, gadget, ecc. Tutto il materiale prodotto dovrà rispondere alle esigenze indicate dal Progetto senza divergere dai riferimenti normativi indicati dal programma Italia Malta e dai Regolamenti comunitari in materia di informazione e pubblicità, e rispondere ai principi di innovatività, sostenibilità e rispetto dell'ambiente.

Le tipologie di destinatari a cui il Piano di Comunicazione dovrà rivolgersi previste dal progetto sono 3, in particolare:

Obiettivi del piano di comunicazione

Informare, sensibilizzare, coinvolgere direttamente la comunità scientifica, i decisori politici e i rappresentanti del sistema economico, profit e non profit, per partecipare e sostenere le azioni locali volte a preservare la biodiversità e la necessità di fare rete, condividere dati e cooperare nella regione mediterranea .

Il target 1 verrà raggiunto pubblicando articoli scientifici e infografiche per riassumere i risultati del progetto che saranno socializzati tramite una newsletter trimestrale. Una conferenza finale per presentare le attività dei risultati del

Tipologie di destinatari del piano di Valore comunicazione target

Target group 1

Università, Enti di ricerca, network locali e internazionali, grandi aziende multinazionali ubicati nei territori di competenza del progetto, enti locali e nazionali (policy makers), Organizzazioni non governative e associazioni ambientaliste.

EKS

progetto vedrà la partecipazione attiva di un pubblico rappresentativo di riferimento.

Informare, sensibilizzare e creare le condizioni per modificare comportamenti e abitudini in contrasto con la tutela del mare e dell'ambiente di specifici gruppi target, coinvolgendoli direttamente in azioni del progetto volte a monitorare e preservare il mare.

Il target 2 sarà raggiunto attraverso forme di comunicazione virale e coinvolgimento diretto soprattutto durante le challenge e le campagne di sensibilizzazione. Le parti interessate rilevanti (partner associati e utenti finali) saranno coinvolti nella co-progettazione del processo di campagne e sfide.

Informare, sensibilizzare e creare le condizioni per cambiare comportamenti e abitudini in contrasto con la tutela ambientale di specifici gruppi target, coinvolgendoli direttamente in azioni volte a monitorare e preservare il mare.

I gruppi target 3 saranno raggiunti utilizzando un approccio partecipativo basato su tecniche di co-design e facilitazione, al fine di coinvolgerli direttamente a supporto delle azioni del progetto.

Target group 2
Istituzioni locali e nazionali, scuole, famiglie e studenti e docenti, Associazioni/Enti gestori dei siti Natura 2000 e Aree Marine Protette. 15.000

Target group 3
Scuole, Piccoli pescatori artigianali, Equipaggi di imbarcazioni e natanti da diporto delle aree interessate, Equipaggi di navi e aliscafi sulle rotte di pertinenza del progetto, passeggeri di navi e aliscafi. 2.000

Il Piano di Comunicazione dovrà definire:

- le modalità di integrazione tra le attività di diffusione e comunicazione del Progetto e quelle delle Linee di intervento, in particolare relativamente ai workpackage 4 e 5, interamente dedicati alla sensibilizzazione e alla crescita della consapevolezza sulla tutela del mare;
- le modalità di integrazione tra i canali e gli strumenti di comunicazione, che a loro volta dovranno essere in linea con le attività e le tempistiche dettate dal Progetto;
- il cronoprogramma delle attività;
- il gruppo di lavoro per l'espletamento del servizio.

Fase Attuativa

Si potrà procedere all'avvio delle attività di cui alla fase attuativa successivamente all'approvazione del Piano di Comunicazione da parte del Committente, sentito il Comitato di pilotaggio del progetto.

Tutti i prodotti previsti dalla fase attuativa dovranno essere validati dal Committente prima della divulgazione/pubblicazione.



Linea di azione 1 (Comunicazione on line) La linea di azione 1 prevede la realizzazione del sito web e della comunicazione tramite social network.

La linea di azione 1 prevede la progettazione e lo sviluppo del sito web del Progetto Sea Marvel. Tutte le applicazioni, implementazioni, sviluppi e personalizzazioni proposti dovranno rispettare la normativa vigente in materia sia a livello nazionale che comunitario (Normativa sulla privacy, obblighi in materia di informazione e pubblicità, ecc).

La linea dovrà essere sviluppata in conformità alle indicazioni fornite dal Committente e riguardare principalmente:

- sviluppo del sito web dedicato ad illustrare gli obiettivi, le azioni e i risultati del Progetto, raccogliere le iniziative promosse e realizzate da ciascuna delle Linee di intervento/Work package dello stesso;
- predisposizione all'interno del sito web di una sezione dedicata ad ospitare i materiali didattici e di sensibilizzazione e previsti dalle Linee di intervento/Work package del Progetto;
- predisposizione all'interno del sito web di una sezione dedicata alle challenge con le scuole;
- attivazione di sezioni per la gestione automatica delle attività di comunicazione diretta (registrazione agli eventi, workshop, ecc.).
- attivazione di un calendario degli eventi in programma;

Nella progettazione, sviluppo ed implementazione del sito l'Affidatario dovrà:

- garantire il principio di accessibilità per consentirne la fruizione agli utenti diversamente abili; assicurare la compatibilità con le versioni correnti dei principali browser;
- garantire la compatibilità e la corretta visualizzazione in automatico (responsive web design) rispetto al dispositivo di visualizzazione (PC, tablet, smartphone, ecc.);
- consentire il collegamento e la condivisione con i principali social network;
- garantire una versione multilingua (Italiano e Inglese) di tutti i contenuti delle pagine web.

Il sito web dovrà essere predisposto secondo tutte le componenti tecniche necessarie al funzionamento dello stesso sia in ambiente di sviluppo che di produzione. In particolare si richiede la realizzazione di un ambiente CMS, evoluto e di ultima generazione, (Drupal 7 o 8 con PHP non superiore alla versione 7.4 e MYSQL non superiore alla versione 5)



derivato da progetti Open Source standard di ampio utilizzo, quali: Wordpress, Drupal, Joomla, che utilizzi un linguaggio di programmazione php/java script ed una architettura applicativa su tre livelli (data layer, application layer e presentation layer). La base dati sui cui saranno memorizzati contenuti e configurazioni deve essere un RDBMS open source come MySQL o PostgreSQL. Il CMS dovrà assicurare una comunicazione integrata multimediale e multicanale ed una immediatezza dei contenuti e facilità d'uso. Il CMS, in produzione, sarà ospitato in hosting su un server messo a disposizione dell'Università di Catania. L'Amministrazione metterà a disposizione dell'Affidatario un apposito spazio FTP, dedicato al trasferimento dei file necessari alla realizzazione del sito web.

Il CMS dovrà essere un sistema di facile utilizzo anche da parte del personale non tecnico; dovrà essere possibile caricare contenuti nel portale (notizie, articoli, bandi, ecc.) e caricare anche immagini, testi, tabelle, particolari formattazioni, link esterni, ecc.

L'Affidatario registrerà per conto del Committente un account Google Analytics necessario per la raccolta delle statistiche di utilizzo.

Le principali attività richieste all'Affidatario per la realizzazione della Linea 1 sono:

- adattamento e sviluppo del progetto grafico del sito, sulla base dell'identità visiva fornita dal Committente;
- predisposizione del sito di sviluppo/produzione;
- progettazione e implementazione della struttura del sito, delle pagine di base e delle modalità di navigazione;
- attività di ottimizzazione funzionale e SEO;
- gestione, redazione, pubblicazione e aggiornamento di tutti i contenuti che il Committente riterrà opportuno condividere e che andranno a comporre il sito web;
- manutenzione per tutta la durata del contratto.

Tutti i contenuti e le applicazioni che saranno realizzati per la fornitura dei servizi richiesti, in modo particolare il database, il design, i testi, le infografiche, le immagini, il codice, il software, i loghi o qualsiasi altro elemento possibile di utilizzo industriale e commerciale, sono soggetti a diritti di proprietà intellettuale e industriale di titolarità del Programma Italia Malta fino a 5 anni dalla conclusione delle attività di progetto. L'Affidatario si impegna a non utilizzare o realizzare contenuti e/o applicazioni i cui diritti sono riservati.

In sede di preventivo dovrà essere specificato come si intendono realizzare le predette attività attraverso una proposta di progetto grafico (sulla base dell'identità visiva fornita dal Committente) e di struttura logica (alberatura) delle sezioni principali del sito web Sea Marvel.

Comunicazione tramite social network

L’Affidatario dovrà:

- attivare e gestire i profili del Progetto nei social network (Facebook, Tik Tok, Instagram, ecc.);
- progettare ed implementare una strategia di “social media marketing”

L’Affidatario dovrà raccordarsi anche con i canali social del PO Italia Malta, dell’Università di Malta e dell’Università di Catania in modo da amplificare al massimo la diffusione delle informazioni e delle attività poste in essere.

Linea di azione 2 (Comunicazione con i media) L’attività di comunicazione e disseminazione del Progetto Sea Marvel prevede anche il ricorso ai media. L’obiettivo è di raggiungere i destinatari del Piano di Comunicazione (target group 1, 2 e 3), attraverso una pluralità di azioni e strumenti, finalizzati a costruire una relazione stabile e strutturata con il sistema dei media. Le relazioni con i media dovranno assicurare la più ampia copertura sui territori e richiederanno uno stretto raccordo con entrambi i partner. I canali di diffusione sono: media tradizionali, testate web, periodici di informazione, stampa locale, stampa tecnica (prediligendo mezzi di informazione e testate online specializzati), nonché uffici stampa dei principali stakeholder e destinatari delle singole linee di intervento del Progetto.

Le attività di ufficio stampa verranno intensificate in concomitanza di particolari fasi attuative del Progetto, quali, ad esempio, l’organizzazione di eventi di comunicazione diretta del Progetto. In dettaglio, si richiede:

- l’organizzazione di almeno 2 conferenze stampa, in concomitanza degli eventi di lancio e di chiusura del Progetto. L’Affidatario dovrà curare tutti gli aspetti logistico-organizzativi, provvedendo a predisporre, di concerto con il Committente, la mailing list; individuare e allestire la location della conferenza stampa; predisporre i materiali di base per il Press kit. redigere e inviare il comunicato stampa di chiusura per ciascun evento, previa validazione da parte del Committente;
- la redazione e invio di comunicati stampa, almeno in occasione dei principali eventi organizzati nell’ambito delle singole linee di intervento. I comunicati stampa dovranno veicolare finalità, attività e risultati conseguiti dal progetto;
- realizzazione di attività di monitoraggio e di rassegna stampa, con la raccolta sistematica degli output sul sito e sui canali social del Progetto. Trimestralmente, inoltre, dovranno



- essere realizzate analisi qualitative della rassegna stampa e degli output sul sito e sui canali social;
- supporto alla redazione dei contenuti web e social.

Linea di azione 3 (Comunicazione diretta).

L'affidatario dovrà occuparsi della progettazione e la realizzazione di attività di comunicazione diretta allo scopo di coinvolgere tutti i target group, fornendo informazioni sulle finalità del Progetto, sulle attività realizzate e sui principali risultati raggiunti anche in termini di benefici per i territori coinvolti.

Nel dettaglio, durante il periodo di svolgimento del Servizio, l'Affidatario dovrà curare l'ideazione, l'organizzazione e la realizzazione di:

- nr. 2 convegni, il kick off meeting e l'evento finale;
- nr. 2 Workshop e mostre fotografiche a Malta e in Sicilia
- nr. 2 workshop in occasioni di regate veliche
- nr. 2 workshop con equipaggi di navi, traghetti e aliscafi
- nr. 2 workshop con pescatori
- nr. 2 workshop in occasione dell'installazione di dispositivi di raccolta plastica in mare (Sea Bin).

Dovrà infine assicurare la sola copertura mediatica e le necessarie azioni di storytelling in occasione di eventi organizzati da altre organizzazioni selezionate dal Committente per l'organizzazione di alcune azioni previste dal progetto, nello specifico:

- nr. 3 Challenges tra le scuole
- nr. 10 giornate di sensibilizzazione con le scuole
- nr. 2 workshop in occasione dell'avvio del processo di trasformazione di 15 scuole "plastic free".

L'Affidatario dovrà contribuire alla realizzazione di n. 2 Convegni, rispettivamente per l'evento di lancio e di chiusura del Progetto, con una partecipazione stimata di circa 100 persone per evento. I Convegni si svolgeranno presso una sede messa a disposizione dai partner di progetto ma dovranno prevedere la possibilità di partecipazione anche on line. L'Affidatario dovrà curare l'esecuzione di tutte le attività necessarie al corretto svolgimento dei Convegni, e in particolare:

- Elaborazione del concept del Convegno e del progetto organizzativo, nel quale saranno definiti i dettagli relativi agli aspetti contenutistici (programma dei lavori, individuazione dei relatori, ecc.) e logistico organizzativi;
- Realizzazione degli inviti, delle pubblicazioni e del materiale di supporto (cavalieri; paline e segnaletica; totem, roll-up, cartelline, brochure, gadget, Press kit, ecc.);
- Attività di segreteria organizzativa: individuazione e aggiornamento, di concerto con il Committente, della mailing list dei partecipanti; predisposizione e spedizione degli inviti; registrazione delle adesioni; acquisizione dei contributi dei relatori; attività di recall, supporto logistico per l'accoglienza dei relatori;
- Attività di Ufficio stampa e “media relation”, che dovrà preparare e accompagnare l'evento fino alla fase ex post. In concomitanza di ciascun Convegno sarà organizzata una conferenza stampa;
- Promozione dell'evento attraverso il sito web e i canali social;
- Servizio fotografico e servizio di registrazione audio-visiva dell'evento, compresa la sbobinatura integrale degli interventi e la realizzazione di una sintesi degli stessi. I materiali audio-video prodotti saranno veicolati attraverso il sito web di Progetto e i canali social (es. dirette Facebook dell'evento);

Il servizio di catering e organizzazione degli eventi sarà affidato, con separata procedura ad un soggetto specializzato nell'organizzazione di eventi, cionondimeno l'affidatario dovrà curare il coordinamento di tutte le attività necessarie al corretto svolgimento dei Convegni, e in particolare:

- Allestimento della sala Convegni, che dovrà, tra l'altro, prevedere un desk per l'accoglienza e la registrazione dei partecipanti e un desk per l'accredito stampa. Dovranno essere forniti strumenti e supporti audiovisivi agli interventi. In raccordo con il Committente, dovrà essere fornita assistenza tecnica per l'intera durata dell'evento;
- Consegnna, allestimento e distribuzione del materiale informativo;
- Accoglienza dei partecipanti;
- Servizio di guardaroba;
- Servizio di catering;

L'Affidatario dovrà realizzare n. 10 workshop, rispettivamente 5 a Malta e 5 in Sicilia, con una partecipazione stimata di almeno 30 persone per evento. I workshop si svolgeranno presso una sede messa a disposizione dai partner di progetto. L'Affidatario dovrà curare l'esecuzione di tutte le attività necessarie al corretto svolgimento dei workshop, assicurando per ogni evento

anche la figura di un esperto facilitatore di processi e dinamiche di gruppo. La progettazione dei workshop sarà curata dall'esperto facilitatore insieme ad un gruppo di lavoro nominato ad hoc dal Committente. Sarà inoltre compito dell'aggiudicatario assicurare i seguenti servizi:

- Realizzazione degli inviti, delle pubblicazioni e del materiale di supporto (totem, roll-up, cartelline, brochure, gadget, Press kit, ecc.);
- Attività di segreteria organizzativa: individuazione e aggiornamento, di concerto con il Committente, della mailing list dei partecipanti; predisposizione e spedizione degli inviti; registrazione delle adesioni;
- Promozione dell'evento attraverso il sito web e i canali social;
- Allestimento della sala da un punto di vista tecnico – logistico (proiettori, microfoni se necessari ecc.);
- Registrazione e accoglienza dei partecipanti;
- Organizzazione di attività di socializzazione tra i partecipanti ai workshop;
- Organizzazione e gestione delle attività di facilitazione del workshop incluse le sessioni di co-design e le altre modalità che saranno scelte per raggiungere gli obiettivi prefissati con i partner di progetto;
- Servizio fotografico e video. I materiali audio-video prodotti saranno veicolati attraverso il sito web di Progetto e i canali social (es. dirette Facebook dell'evento);

Il servizio di catering relativo ai coffee break degli eventi sarà affidato, con separata procedura ad un soggetto specializzato nell'organizzazione di eventi, cionondimeno l'affidatario dovrà curare il coordinamento di tutte le attività necessarie al corretto svolgimento dei workshop di concerto con l'affidatario del servizio di catering.

Linea di azione 4 (Produzione materiale e strumenti) La Linea di azione 4 prevede la progettazione del materiale e degli strumenti di supporto all'attività di comunicazione del Progetto SEA MARVEL, nel rispetto del principio di riduzione dell'impatto.

L'acquisto di tutti i materiali (opuscoli informativi, schede didattiche, cartelline, totem, banner, roll up, gadget, ecc.) sarà a carico del Committente, l'affidatario dovrà supportare il committente nella redazione delle specifiche tecniche dei capitolati per l'acquisizione delle specifiche forniture. Pertanto, è richiesto all'Affidatario di realizzare l'adattamento della linea grafica, l'editing e l'eventuale ricerca di mercato del materiale di supporto necessario all'attività di comunicazione generale, prediligendo la realizzazione di documenti in formato elettronico.



Si richiede all'Affidatario di:

- realizzare l'editing delle presentazioni (Power Point);
- utilizzare l'identità visiva del Progetto per sviluppare la linea grafica, curare l'impaginazione, l'editing e la stampa del report sulla base dei contenuti testo/immagini forniti dal Committente;
- utilizzare l'identità visiva del Progetto per sviluppare la linea grafica, realizzare l'editing e la stampa del materiale di supporto all'attività di comunicazione quali: cavalieri, paline e segnaletica, brochure, cartelline, Totem – Roll up, gadget; ecc.

Il materiale per il quale è prevista la stampa, dovrà essere stampato in quadricromia su carta certificata FSC e/o realizzato in materiale ecocompatibile.

I gadget rappresentano una componente rilevante del progetto poiché dovranno trasmettere a tutti i target di beneficiari, ed in particolare i ragazzi in età scolare, i principi e gli obiettivi del progetto. Sarà pertanto richiesto al Committente, già in sede di preventivo di proporre almeno 3 idee di gadget che siano utili e al contempo trasmettano gli obiettivi del progetto e siano realizzati in materiale riciclato o biodegradabile. Per fare alcuni esempi: i posaceneri da spiaggia da distribuire in occasione delle campagne di sensibilizzazione, le borracce da introdurre obbligatoriamente nelle scuole plastic free, ecc.

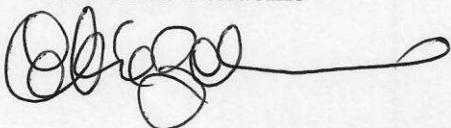
A tal fine, si allegano al presente capitolo, il logo ufficiale del Progetto SeaMarvel e il Manuale dell'immagine coordinata del Programma Italia Malta.

In riferimento alla produzione del materiale realizzato è richiesto all'Affidatario lo stoccaggio dello presso idonei locali messi a disposizione dal Committente e il trasporto e la consegna presso le sedi ove saranno realizzati gli eventi.

Catania, 13/12/2021

Il Responsabile Unico del Procedimento (RUP)

D.ssa Catia Belluomo



Il responsabile scientifico
Prof. Iuri Peri

