



Università
di Catania

AFFIDAMENTO SERVIZIO PER LA REALIZZAZIONE DI UNA CAMPAGNA ADV
PER LA PROMOZIONE DEI CORSI DI STUDIO 2023-2024

IMPORTO A BASE D'ASTA

70,000 € oltre Iva

DURATA DEL SERVIZIO

1° giugno-30 settembre 2023 (4 mesi)

La consegna del progetto creativo definitivo, completo di tutti i formati digitali adattabili a web, social, carta stampata e affissioni, dovrà avvenire entro 3 settimane dalla sottoscrizione del contratto. La campagna off e online dovrà estendersi fino al 30 settembre 2023 sulla base di un cronoprogramma che sarà proposto al committente in fase di consegna del progetto creativo.

DESCRIZIONE DEL SERVIZIO

L'oggetto della fornitura del servizio è una campagna ADVERTISING off e online per la promozione delle immatricolazioni ai corsi di laurea dell'Università di Catania per l'anno accademico 2023-2024. Il target su cui orientare la campagna sono i giovani studenti delle scuole secondarie superiori di età compresa tra i 17 e i 19 anni e le loro famiglie, con particolare riferimento a quelli residenti in Sicilia.

L'obiettivo della campagna è quello di aumentare il numero di studenti che al momento del conseguimento del diploma decidono di immatricolarsi al primo anno dei corsi di laurea e di laurea magistrale a ciclo unico attivati dall'Università di Catania, intercettando le loro scelte nel periodo che precede l'apertura delle iscrizioni (15 giugno 2023) e continuando a promuovere l'offerta formativa di UNICT fino alla chiusura delle iscrizioni (28 settembre 2023).

Il servizio richiesto si dovrà sviluppare in quattro ambiti:

1. LA CREATIVITA'

L'insieme degli elementi che compongono la proposta creativa originale (grafica, foto, testi...) deve essere in linea con il manuale di identità visiva dell'Università di Catania e non contenere né suggerire messaggi lesivi della dignità umana, delle pari opportunità, della legalità o delle libertà individuali. L'agenzia affidataria del servizio è tenuta a presentare all'Area per la Comunicazione dell'Università di Catania due diversi *concept*, tra i quali verrà selezionata l'idea progettuale ritenuta più innovativa e con le maggiori potenzialità. Dal *concept* selezionato si svilupperà il progetto creativo originale che dovrà essere consegnato al committente (Università di Catania) in tutti i formati digitali adattabili a web, social, carta stampata e affissioni, entro tre settimane della sottoscrizione del contratto.

2. LA CAMPAGNA SOCIAL

È richiesta la stesura di un piano editoriale social media da collegare ai canali istituzionali dell'Università di Catania (FB, IG, YT, Twitter), contenente la pianificazione e la programmazione dei post nel periodo oggetto della fornitura (dal momento della consegna del progetto creativo fino al 28 settembre 2023).

Il piano editoriale, da presentare al Committente prima dell'avvio della campagna social, dovrà contenere:

- Piattaforma di pubblicazione;
- Data e orario di pubblicazione;
- Profilazione;
- Elementi del post (testo, visual, hashtag e categorie, link, etc.);
- Eventuali sponsorizzazioni (a carico dell'agenzia affidataria).

Il calendario editoriale dovrà contenere un numero minimo di 20 post con contenuti da adattare sulla base delle scadenze e delle procedure di ammissione ai corsi di laurea.

All'agenzia affidataria del servizio vengono richiesti l'analisi dei risultati e dell'impatto della campagna social ogni 2 settimane fino a scadenza del contratto, oltre alla collaborazione di un social media manager che dovrà curare le pubblicazioni per l'intero periodo di svolgimento della campagna.

3. LE AFFISSIONI

La campagna offline dovrà realizzarsi attraverso la cartellonistica di grandi formati 6x3 metri e 6x6 metri su impianti di massima visibilità nel territorio urbano ed extraurbano della città di Catania e delle province limitrofe, da concordare con la Stazione appaltante. Le affissioni, a cura e spese dell'agenzia affidataria del servizio, dovranno coprire due quattordicine, la prima da metà giugno a fine luglio e la seconda tra metà agosto e metà settembre, con un minimo di 70 impianti delle dimensioni predette equamente distribuiti tra le due quattordicine.

4. TESTATE GIORNALISTICHE

La campagna offline dovrà prevedere anche l'acquisto da parte dell'agenzia affidataria di una serie di spazi su testate giornalistiche cartacee e online come di seguito descritto:

- almeno tre uscite con pubblicazioni di mezza pagina su 3 delle 10 testate a diffusione nazionale di massima tiratura non settoriali (Corriere della Sera, La Repubblica, La Stampa, Il Giornale, il Sole 24 ore...) nel periodo oggetto del servizio;
- almeno tre uscite con pubblicazioni di mezza pagina su 3 delle 5 testate a diffusione regionale – Sicilia - di massima tiratura e non settoriali (La Sicilia, Giornale di Sicilia, Gazzetta del Sud, Quotidiano di Sicilia, La Repubblica-Palermo...);
- box pubblicitari dimensioni minime 300x600 pxl per la durata minima di 14 giorni con 200 mila impression minime garantite *all devices* su almeno 3 testate/portali online con diffusione nazionale (target 17-19 anni) nel periodo oggetto del servizio;
- box pubblicitari dimensioni minime 300x600 pxl per la durata minima di 14 giorni con 100 mila impression minime garantite *all devices* su almeno 3 testate/portali online con diffusione regionale – Sicilia - (target 17-19 anni) nel periodo oggetto del servizio.



**ISTANZA DI MANIFESTAZIONE DI INTERESSE CON CONTESTUALE
PRESENTAZIONE PREVENTIVO E RELATIVE AUTODICHIARAZIONI**

Spett.le
Università degli Studi di Catania,
P.zza Università, 2
95131 Catania

OGGETTO: avviso di indagine di mercato per l'acquisizione della manifestazione di interesse a partecipare alla procedura per per l'affidamento del servizio per la realizzazione di una campagna pubblicitaria per la promozione dei corsi di studio per A.A. 2023/2024. Importo a base d'asta € 70.000,00 oltre IVA. CIG 98082231AC

Il/la sottoscritto/a _____
(cognome e nome)
nato/a _____ (_____), il _____
(luogo) (prov.) (data)
residente a _____ (_____) CAP _____,
via _____, n. _____
in nome del concorrente " _____ "
con sede legale in _____ (_____) CAP _____,
via _____, n. _____,
P.IVA _____ Codice fiscale _____
tel. _____, e mail _____, PEC _____,

nella sua qualità di:
(barrare la casella che interessa)

- Titolare o Legale rappresentante
 Procuratore speciale/generale