



CAPITOLATO TECNICO

1. OGGETTO

SERVIZIO: “Servizio di realizzazione della campagna di comunicazione, informazione e sensibilizzazione in materia di energia e di sviluppo sostenibile”

CIG: 88555463BD

CUI: S80008630420202100058

CUP: B89C20002410001

CPV: 79342000-3 “Servizi di Marketing, Comunicazione, Pubblicità, Ricerche di Mercato”

Importo base d’asta: Euro 51.983,61 cinquantunmilanovecentoottantatre,61 al netto di IVA

2. INFORMAZIONI SULLA PROCEDURA

Trattativa diretta con unico operatore, ai sensi dell’art. 1, comma 2, lett. a) del D.L. n. 76/2020 convertito con modifiche nella Legge n. 120/2020 e modificato dal D.L. n. 77/2021 – Richiesta di Offerta (RdO) su MEPA.

Durata del servizio: la durata decorre dalla data di sottoscrizione del contratto con termine entro **15 dicembre 2022**.

Si prevede la possibilità di avviare l’esecuzione della prestazione in via d’urgenza ai sensi dell’art. 32, comma 8, del D.Lgs. 18 aprile 2016 n. 50.

3. DESCRIZIONE DEL SERVIZIO

3.1. SCOPO, OBIETTIVI E DESTINATARI

L’oggetto del presente appalto consiste nell’espletamento del “Servizio di realizzazione della campagna di comunicazione, informazione e sensibilizzazione in materia di energia e di sviluppo sostenibile”.

L’obiettivo generale del servizio è quello di veicolare in modo chiaro ed efficace ai diversi target individuati informazioni di per sé complesse e di non facile comprensione. La comunicazione dovrà essere realizzata considerando che lo sviluppo sostenibile rappresenta la logica di fondo delle scelte e delle azioni regionali in tutti i settori.

Nello specifico il servizio riguarda i seguenti macro-temi:

- Sviluppo sostenibile
- Energia.

Per il settore **sviluppo sostenibile** l’obiettivo che si vuole perseguire è quello di sensibilizzare i cittadini, perché il raggiungimento degli obiettivi di sviluppo sostenibile dipende da tutti, e comunicare come la Regione Marche stia affrontando e applicando in termini pratici la Strategia Regionale di Sviluppo Sostenibile (SRSvS) con azioni misurabili.

Per il **settore energia** l’obiettivo che si vuole perseguire è quello di fornire, attraverso un piano di comunicazione specifico, un adeguato flusso di informazioni sugli obiettivi, strategie, azioni



strumenti e risultati della politica energetica regionale, con particolare riguardo alla programmazione energetica, alle attività del comitato consultivo per le politiche energetiche, alla attuazione della legge sulle comunità energetiche e i gruppi di consumo collettivo, ai bandi di finanziamento in materia, ai vantaggi conseguibili attraverso l'applicazione di nuove tecnologie in termini sia economici che energetici ed ambientali e sulla adeguata e corretta manutenzione e controllo degli impianti termici.

Il piano di comunicazione individua un set di iniziative di informazione, sensibilizzazione e divulgazione, organizzate su diversi canali e strumenti di comunicazione capaci di intercettare il più ampio pubblico. In particolare lo scopo è quello di lavorare contemporaneamente su:

- A. conoscenza da parte dei cittadini delle principali linee della politica energetica regionale e degli impegni che la Regione Marche intende mettere in atto per rafforzare la relazione di fiducia con gli stessi. Nel contempo si cercherà di promuovere anche una maggiore consapevolezza del ruolo svolto dall'Unione europea, dall'Italia e dalla Regione Marche per lo sviluppo energetico innovativo e sostenibile del territorio;
- B. trasparenza, accessibilità e coinvolgimento di soggetti chiave come aziende, associazioni e nuove generazioni al fine di promuovere:
 - un tessuto sociale ed imprenditoriale più attivo e capace di interagire con le opportunità offerte, quali ad esempio i finanziamenti;
 - l'incremento del livello di partecipazione dei principali portatori di interesse del settore con l'obiettivo di ridurre le ostilità sociali alla installazione di impianti e infrastrutture energetiche.

I **soggetti destinatari** che dovranno essere coinvolti nel divulgare la **SRSvS** e i **temi dell'energia** sono i cittadini, gli enti pubblici e privati, le imprese, sia in forma singola che associata: es. Associazioni ambientaliste e del terzo settore, condomini; Comuni e altri Enti pubblici, Università ed Enti di ricerca, scuole di ogni ordine e grado, Ordini professionali; Imprese, Associazioni di categoria, Sindacato, Fondazioni ecc..Gli stessi diventeranno gli operatori della SRSvS sviluppando progetti ed impegni per l'applicazione della stessa e sono i destinatari dell'attività di comunicazione istituzionale che ha l'obiettivo di portare a conoscenza dei marchigiani le azioni e gli impegni regionali in tema di energia.

Di seguito la tabella con i gruppi target:

GRUPPI TARGET E NUMERI	ATTIVITA', STRUMENTI	CANALI DI COMUNICAZIONE
Pubblico generale (Intera comunità regionale)	Comunicati stampa Spot promozionali Aggiornamenti profili social Brevi dichiarazione sulle attività ed i risultati raggiunti adattati ad un pubblico generalista Video Conferenze pubbliche (webinar e/o in presenza)	-Radio, giornali locali, testate giornalistiche on-line, pagina Facebook e altri social media; piattaforme informatiche;



Nuove generazioni	Aggiornamenti profili social Aggiornamento del sito regionale con la comunicazione dei progetti in materia di sviluppo sostenibile ed energia (realizzate da scuole di ogni ordine e grado, giovani imprenditori ecc..)	pagina Facebook e altri social media, sito regionale;
Autorità Pubbliche, locali e regionali	- Conferenze, (webinar e/o in presenza); - Aggiornamenti del sito e profili social - Brevi dichiarazione sulle attività ed i risultati raggiunti;	Piattaforme informatiche; pagina Facebook e altri social media, sito regionale;
Associazioni di categoria, ambientaliste, imprese, sindacati, ordini professionali ecc..	Conferenze, (webinar e/o in presenza); - Aggiornamenti del sito e profili social - Brevi dichiarazione sulle attività ed i risultati raggiunti;	Piattaforme informatiche; pagina Facebook e altri social media, sito regionale;

3.2. DETTAGLI DEL SERVIZIO

Il servizio sarà sviluppato secondo le modalità di cui sotto:

- 1) studio e definizione di un **progetto di comunicazione** per il settore Energia;
- 2) **elaborazione dei testi**, comunicati stampa e miglioramento dei contenuti del sito regionale relativi all'energia e allo sviluppo sostenibile;
- 3) **ideazione di una linea grafica** sia per lo sviluppo sostenibile che per l'energia con immagini dedicate, scelta dei format, del payoff per i diversi strumenti di comunicazione. Per lo sviluppo sostenibile, definizione migliorativa del logo della Strategia Regionale Sviluppo Sostenibile;
- 4) **comunicazione tramite social network** (spot, post, ecc..) relativa all'energia e allo sviluppo sostenibile;
- 5) **promozione radiofonica** relativa all'energia;
- 6) ideazione e realizzazione di **video-pillole** relative alle buone pratiche del settore energetico e/o al racconto di storie relative allo sviluppo sostenibile da inserire nelle pagine tematiche del sito istituzionale; ideazione e realizzazione di un **video** sullo sviluppo sostenibile;
- 7) **Conferenze/Webinar**.

1. Studio e definizione di un progetto di comunicazione per il settore Energia



Il **progetto di comunicazione** comprende sia le attività offerte con il presente servizio sia ulteriori attività ritenute importanti per una corretta comunicazione, in chiave migliorativa, del settore energia che va interpretato come uno dei settori in cui si concretizzano le politiche regionali di sviluppo sostenibile. Tale progetto dovrà indicare obiettivi, strategia e tono di comunicazione dei possibili strumenti, compresi i media da utilizzare, in relazione ai target, indicando gli elementi visual e copy; dovrà inoltre indicare quali sono gli strumenti per ottimizzare/massimizzare la visibilità dei contenuti sviluppati.

Il progetto di comunicazione deve contenere una lista di destinatari forniti dal Committente e via via integrati con i contatti acquisiti (stakeholder mapping) durante l'esecuzione delle attività progettuali e aggiornata fino alla fine del servizio.

2. Elaborazione dei testi

Attività di revisione e supporto alla redazione testi/contenuti diversificati a seconda degli strumenti di comunicazione e media utilizzati (revisione dei contenuti del sito regionale, con particolare riguardo alle pagine dedicate all'energia e allo sviluppo sostenibile, al fine di rendere più efficace la comunicazione; news per il web; articoli; comunicati stampa; programmi conferenze e webinar etc.).

I testi saranno rivisti ed adattati ai diversi media, sulla base della documentazione e degli aggiornamenti ricevuti dal Committente.

I contenuti da pubblicare sul sito istituzionale devono essere: accessibili, usabili e ottimizzati SEO.

3. Ideazione di una linea grafica

3.1 Ideazione di una linea grafica sia per lo sviluppo sostenibile che per l'energia con immagini dedicate, scelta dei format, del payoff per i diversi strumenti di comunicazione, redazione grafica materiale promozionale per conferenze e webinar (locandina digitale ecc.).

3.2 Definizione migliorativa del logo della Strategia Regionale di Sviluppo Sostenibile: la linea grafica della SRSvS deve essere sviluppata in modo evolutivo rispetto al logo usato per la strategia e deve mantenere lo stesso significato; deve essere utilizzabile per pubblicazioni di rapporti on line, per pubblicazioni cartacee, per il canale tematico e per presentazioni in power point.

4. Comunicazione tramite social network

Comunicazione tramite social network della Regione: selezione, implementazione e gestione dei social media della Regione ritenuti più idonei sulla base dei target di riferimento individuati nell'offerta tecnica. Tutte le applicazioni, implementazioni, sviluppi e personalizzazioni proposti dovranno rispettare la normativa vigente in materia sia a livello nazionale che comunitario. Gli aggiornamenti sui social media dovranno inoltre essere condivisi con lo staff che si occupa di comunicazione della Presidenza.

L'offerta tecnica dovrà quindi:

- individuare per ogni target i social da utilizzare,
- indicare il numero di uscite per ogni social (ad es. post di aggiornamento/condivisione al mese sulle pagine Facebook, tweet settimanali sull'account Twitter).

Dovranno essere implementate ADV social al fine di raggiungere i target group previsti dal piano di comunicazione.



Per ciascun evento organizzato dovrà inoltre essere creato un evento con le informazioni condivise con il Committente. Nel caso di webinar e live talks dovranno essere organizzate anche le relative dirette sui canali social (ad es. dirette live facebook) per dare la più ampia disseminazione agli eventi on-line.

È richiesta la figura di un social media manager, che dovrà curare l'implementazione e l'animazione dei social network e l'adattamento dei contenuti da pubblicare, scelti in base alle esigenze di comunicazione strategica, facilitando sinergie tra lo sviluppo sostenibile e l'energia.

L'offerta tecnica dovrà indicare se sono previste un'analisi qualitativa degli output e dei target raggiunti sui canali social e analisi statistiche di indicatori di performance dei social media alla fine della campagna di comunicazione.

5. Promozione radiofonica

5.1 Realizzazione spot radiofonico

Produzione (testi e musica) di uno spot radiofonico 30" e/o, su richiesta, 60" (ideazione, realizzazione e duplicazione per tutte le radio pianificate)

5.2 Promozione radiofonica attraverso:

- la trasmissione dello spot tramite le principali emittenti radiofoniche locali (n. passaggi/giorno 8/10 – per 30/60 gg);
- redazionali, interviste e interventi di testimoni privilegiati da diffondere durante programmi radiofonici da concordare con le emittenti.

L'offerta tecnica dovrà indicare se è prevista la fornitura di dati di audience radiofonica sui target group ed il numero di persone raggiunte dalla promozione radiofonica.

6. Ideazione video

6.1 Video-interviste (video-pillole)

Il lancio di una campagna di comunicazione "Call to action" basata su video-interviste a stakeholder identificati e/o influencer che raccontano il proprio impegno nella realizzazione di progetti concreti e innovativi è uno strumento di comunicazione che permette di conoscere i vari attori ed è in grado di creare una maggiore interazione con il pubblico in generale. Le video-interviste riguardano sia lo sviluppo sostenibile che il settore energia con particolare attenzione alle azioni di sviluppo sostenibile individuate (es. comunità energetiche, energie rinnovabili, risparmio energetico, Patto Europeo dei Sindaci).

Le video interviste hanno le seguenti caratteristiche:

- numero: 2
- durata massima di 120 secondi
- realizzate in lingua italiana
- comprendenti filmati girati sul territorio interessato (opzione da concordare con il committente per lo specifico video);
- formato che ne permetta la trasmissione attraverso canali web/informatici della Regione
- risoluzione sia full-high definition (1080p) che high definition (720p)

6.2 Ideazione e realizzazione di uno Storytelling Video che ha l'obiettivo di raccontare la vision regionale dello sviluppo sostenibile al 2030 in modo semplice ma accattivante.

Il video ha le seguenti caratteristiche:

- durata massima di 5 minuti



- realizzato in lingua italiana
- formato che ne permetta la trasmissione attraverso canali web/informatici della Regione
- risoluzione sia full-high definition (1080p) che high definition (720p)

Potranno essere utilizzate diverse modalità e tecniche grafiche o di ripresa, come l'animazione grafica o short live action shots. Il video potrà inoltre comprendere filmati girati sul territorio interessato (opzione da concordare con il committente).

Del video dovrà essere prodotta anche una versione ridotta in pillola della durata di circa 1 minuto da diffondere nei social e nelle attività di comunicazione.

L'affidatario per la realizzazione del video deve elaborare e scrivere il progetto creativo di Storytelling (lo Storyboard) finalizzato alla produzione del video sulla base dei contenuti individuati con un confronto con il Committente. Lo Storyboard definitivo dovrà essere approvato dal Committente.

I filmati effettuati rimarranno di proprietà della Regione Marche e devono essere resi disponibili in un cloud.

Sono a carico dell'Affidatario i costi per diritti di utilizzo di immagini, musiche o quant'altro impiegati per la realizzazione dei prodotti.

La versione finale, approvata dal Committente, dovrà essere fornita alla Regione per essere diffusa e caricata sui propri social network.

7. Conferenze/Webinar

Organizzazione di Conferenze in presenza e/o in Webinar rivolte agli stakeholder coinvolti nella attuazione delle principali azioni della politica energetica regionale. Oltre all'elaborazione del testo e della grafica della locandina promozionale di cui ai precedenti punti 2 e 3, l'attività comprenderà:

- Contatti e accordi operativi con i relatori individuati dalla Regione Marche;
- Diffusione dell'invito/locandina del programma sulla base della mappa degli stakeholder;
- Raccolta delle adesioni;
- Assistenza tecnica per il collegamento alla piattaforma web (nel caso di Webinar).
- Fornitura di eventuale moderatore (solo se richiesto espressamente dalla Regione Marche).

N. Webinar – conferenze da organizzare: minimo 3.

3.3. CRONOPROGRAMMA DEL SERVIZIO

L'elenco delle attività da svolgere è riportato nella tabella sottostante, con indicazione delle scadenze (Activity plan). Tale tabella costituisce la base per il piano delle attività.

Attività	Elaborati da produrre	Scadenza
Fase 1: svolgimento delle attività pari ad un valore economico del 47,30% dell'affidamento	n. 1 relazione analitica delle attività svolte e consegna dei servizi svolti tra cui: - n. 1 progetto di comunicazione; - elaborazione testi energia (parziale); - ideazione della linea grafica energia (parziale); - comunicazione strumenti social energia (parziale); - realizzazione spot radiofonico; - n. 1 video-pillola energia; - webinar	Entro il 15 dicembre 2021



Fase 2: svolgimento delle attività per lo sviluppo sostenibile pari ad un valore economico del 21,16%% dell'affidamento	n. 1 relazione analitica delle attività svolte e consegna dei servizi svolti: - elaborazione testi sviluppo sostenibile; - ideazione della linea grafica e definizione migliorativa logo sviluppo sostenibile; - comunicazione strumenti social sviluppo sostenibile; - n. 1 video-pillola sviluppo sostenibile - n. 1 Storytelling Video relativo allo sviluppo sostenibile	Entro maggio 2022
	Gli elaborati della fase 2 devono essere consegnati non oltre il 15 giugno 2022. <i>Le attività relative allo sviluppo sostenibile devono essere svolte tassativamente entro la scadenza dell'Accordo con il MiTE (prot. 224 del 10/02/2020, approvato con DGR n. 4/2020) prevista entro giugno 2022, pena perdita delle risorse</i>	
Fase 3: svolgimento delle attività pari ad un valore economico del 31,54%% dell'affidamento a saldo	n. 1 relazione analitica delle attività svolte e consegna dei servizi residui svolti per l'energia.	Entro il 15 dicembre 2022

4. CONTESTO CONOSCITIVO DI RIFERIMENTO

Il sito della Regione Marche ha una struttura istituzionale da rispettare ed è gestito dalla P.F. informatica e crescita digitale; in particolare le pagine di riferimento sono le seguenti:

- tema energia: <https://www.regione.marche.it/Regione-Utile/Energia>
- canale sviluppo sostenibile: <https://www.regione.marche.it/Entra-in-Regione/Sviluppo-Sostenibile>

I social sono gestiti dal referente della comunicazione regionale e la Policy per i social è visibile:

<https://www.regione.marche.it/In-Primo-Piano/Social-Media-Policy>

Con DGR n 137/2021 è stato formalizzato un Comitato tecnico-scientifico per le politiche energetiche;

Con L.R 10/2021 si disciplinano gli interventi regionali di promozione e sostegno all'istituzione dei gruppi di autoconsumo collettivo da fonti rinnovabili e alle comunità energetiche rinnovabili;

Con L.R 19/2015 si disciplina il controllo degli impianti termici.