AVVISO DI INDAGINE DI MERCATO PER L'AFFIDAMENTO DI UN SERVIZIO DI MARKETING E COMUNICAZIONE IN FAVORE DEL BENEFICIARIO "EMANUELE PARAVAN" - CIG: Z473344671

Pubblicato il: 29/11/2021

Termine scadenza per la manifestazione di interesse: 14/12/2021 ore 12:00

1. PREMESSA

L'Area di Ricerca Scientifica e Tecnologica di Trieste – Area Science Park (di seguito, l'Amministrazione) intende affidare un servizio di comunicazione e marketing a favore di Emanuele Paravan, Beneficiario del bando regionale "Linea di intervento 2.1.b.1bis - Concessione di sovvenzioni per il finanziamento di programmi personalizzati di pre-incubazione e incubazione d'impresa, finalizzati alla realizzazione di progetti di creazione o di sviluppo di nuove imprese caratterizzati da una significativa valenza o da un rilevante connotato culturale e/o creativo", che prevede la concessione di sovvenzioni per il finanziamento di programmi personalizzati di pre-incubazione e incubazione d'impresa, finalizzati alla realizzazione di progetti di creazione o di sviluppo di nuove imprese caratterizzati da una significativa valenza o da un rilevante connotato culturale e/o creativo.

"Enotria" è un progetto di pre-incubazione d'impresa che ha l'obiettivo di mettere in rete l'offerta delle cantine vitivinicole, birrifici e distillerie per soddisfare la domanda dei loro fruitori. Il progetto è incentrato sulla creazione di un sito web e di un'applicazione che illustreranno la posizione di ciascuna delle aziende (cantine vitivinicole, birrifici e distillerie) aderenti e i servizi da esse offerti (quali, a titolo di esempio, degustazioni, visite guidate, o la vendita diretta di prodotti). Il servizio unirà quindi prodotto, produttore e consumatore in un contesto di promozione del territorio. I clienti di "Enotria" sono le aziende precedentemente elencate a cui verrà venduto il servizio di gestione prenotazioni, visibilità e promozione attraverso la stipulazione di un contratto (differente per tipologia di azienda e servizi offerti). Per quanto riguarda il fruitore (ossia, l'utente che accederà al sito o all'applicazione), il servizio sarà totalmente gratuito. In tale contesto, si rendono necessari lo sviluppo e l'attuazione di un piano di marketing, volto a promuovere il brand Enotria e a posizionare i servizi proposti dal suddetto progetto.

Si riportano di seguito la descrizione delle attività da svolgere, i requisiti necessari all'esecuzione delle attività e il budget a disposizione dell'Amministrazione. Il presente avviso è destinato a individuare soggetti interessati all'esecuzione delle attività che siano in possesso dei requisiti previsti.

2. OGGETTO DEL SERVIZIO

Il servizio ha per oggetto lo sviluppo e l'attuazione di un piano di marketing, volto a promuovere il brand Enotria e a posizionare i servizi proposti dal suddetto progetto.

L'attività si articola nelle attività descritte di seguito.

ATTIVITÀ A: ANALISI DI MERCATO

L'analisi dovrà comprendere le seguenti sotto-attività:

- Studio di un campione online di almeno 500.000 potenziali utenti finali (persone fisiche) del servizio Enotria (in particolare del Friuli Venezia Giulia) attraverso l'utilizzo di tool digitali integrati quali, a titolo esemplificativo e non esaustivo, Business Manager di Facebook.
- Studio dei competitor (minimo 3) identificati dal Beneficiario:
    - Chi sono e che cosa offrono.
    - Confronto tra i servizi offerti dai competitor e quelli offerti da Enotria.
- Selezione dei target di riferimento da raggiungere:
    - Definizione dei profili dell'utente finale (persone fisiche) a cui proporre il servizio attraverso comunicazioni mirate (minimo 3 profili).
    - Definizione dei profili delle aziende (aziende vitivinicole, birrifici e distillerie) che potrebbero essere interessate ad usufruire del servizio offerto da Enotria (minimo 2 profili).

OUTPUT A: Report di analisi dei potenziali utenti finali del servizio, dei competitor e dei target da raggiungere, entro e non oltre il 15/02/2022.

ATTIVITÀ B: DEFINIZIONE DELLA BRAND IDENTITY

- Definizione degli obiettivi dell'attività di comunicazione coordinata di Enotria.
- Ideazione del concetto chiave di comunicazione (key concept) e progettazione grafica del suo corrispettivo visuale (key visual) che verrà declinato in tutta la comunicazione digitale coordinata del progetto e sui contenuti social ed advertising.
- Redazione dei contenuti testuali del sito web Enotria e del payoff forniti dal Beneficiario, in linea con l'immagine e la vision di progetto.

I testi e le immagini dovranno essere approvati dal Beneficiario prima del loro utilizzo.

OUTPUT B: Documento relativo alla definizione della brand identity, contenente tutti gli elementi di cui all'elenco puntato soprastante, entro e non oltre il 15/03/2022.

ATTIVITÀ C: SVILUPPO DI UN PIANO DI MARKETING DIGITALE/STRATEGIA SOCIAL

L'attività comprende le sotto-attività illustrate di seguito.

ATTIVITÀ C1: ATTIVAZIONE PROFILI SOCIAL (FACEBOOK E INSTAGRAM) ENOTRIA

- Apertura dei profili aziendali Facebook e Instagram Enotria.
- Apertura e setup del Business Manager Enotria per le inserzioni pubblicitarie relative ai due canali social di cui sopra.
- Personalizzazione dei profili di entrambi i canali social (immagini profilo, cover, informazioni di base, ecc.) in linea con il key visual e la comunicazione coordinata di progetto.

OUTPUT C1: Profili social Facebook e Instagram Enotria personalizzati e Business Manager Enotria attivato, entro e non oltre il 15/03/2022.

ATTIVITÀ C2: PIANIFICAZIONE DELLE CAMPAGNE SOCIAL

- Definizione delle rubriche e del piano editoriale mensile.
- Pianificazione delle campagne social per aumentare l'awareness e i follower dei profili, generare interazioni, incentivare la visita al sito web ed il download dell'applicazione.
- Elaborazione della strategia social.

OUTPUT C2: Piano di marketing digitale/strategia social, contenente la pianificazione delle campagne social Facebook e Instagram, entro e non oltre il 15/03/2022.

ATTIVITÀ C3: PIANIFICAZIONE DELLE CAMPAGNE DI NATIVE ADVERTISING

- Definizione delle rubriche e del piano editoriale mensile.
- Pianificazione delle campagne di native advertising per aumentare l'awareness ed incentivare la visita al sito web ed il download dell'applicazione.
- Elaborazione della strategia di native advertising.

OUTPUT C3: Strategia di native advertising, contenente la pianificazione delle campagne di native advertising, entro e non oltre il oltre il 15/03/2022.

ATTIVITÀ D: ATTUAZIONE DEL PIANO DI MARKETING DIGITALE/STRATEGIA SOCIAL E DELLA STRATEGIA DI NATIVE ADVERTISING

L'attività comprende le sotto-attività riportate di seguito.

ATTIVITÀ D1: SOCIAL MEDIA MARKETING

Nell'arco di tempo compreso tra il la consegna dell'output C2 e il termine del contratto, l'Appaltatore dovrà ideare, pubblicare e gestire almeno n. 2 post di annunci online Facebook e almeno n. 2 post di annunci online Instagram alla settimana (almeno 8 post complessivi al mese per ciascuna piattaforma), rivolti al target di utenza regionale individuato nell'ambito dell'attività A. Tutti i post dovranno essere corredati da testi, immagini o brevi video nel formato e nella durata richiesti dalla piattaforma social, che promuovano i servizi offerti. Tutti i testi, le immagini ed i video dovranno essere forniti dall'Appaltatore e approvati dal Beneficiario prima del loro utilizzo.

Per tutta la durata dell'attività, l'Appaltatore dovrà inoltre eseguire l'analisi, il monitoraggio e la conseguente ottimizzazione delle campagne sponsorizzate ogni 15 giorni. Il monitoraggio dovrà inoltre stabilire come distribuire il budget dedicato alle campagne fra gli strumenti a disposizione (Facebook e

Instagram). In tale contesto, è fatta richiesta all'Appaltatore di partecipare ad una riunione con il Beneficiario, con cadenza mensile, da tenersi a distanza (via telefono o Skype), al fine di valutare congiuntamente l'andamento delle campagne sopracitate e le eventuali azioni correttive da apportare. Almeno due giorni prima di ciascuna riunione, l'Appaltatore dovrà inviare al Beneficiario un report illustrativo dei risultati raggiunti nell'arco di tempo in esame, che fungerà da base per la valutazione di cui sopra.

Il budget per le campagne online su Facebook e Instagram dovrà essere di almeno 5.000,00 € (IVA ed oneri compresi), distribuito nell'arco temporale di svolgimento dell'attività. **Tale budget è da intendersi compreso nel budget complessivo del presente servizio, così come indicato al punto 6 del presente avviso**.

OUTPUT D1: Report illustrativo delle campagne di annunci online realizzate e dei risultati ottenuti, entro e non oltre il 10/04/2022.

ATTIVITÀ D2: CAMPAGNE DI NATIVE ADVERTISING

Nell'arco di tempo compreso tra la consegna dell'output C3 e il termine del contratto, l'Appaltatore dovrà ideare, pubblicare e gestire almeno n. 1 inserzione pubblicitaria al mese, rivolta al target di utenza regionale individuato nell'ambito dell'attività A. Tutte le inserzioni dovranno essere corredate da testi, immagini o brevi video nel formato e nella durata richiesti, che promuovano i servizi offerti. Tutti i testi, le immagini ed i video dovranno essere forniti dall'Appaltatore e approvati dal Beneficiario prima del loro utilizzo.

Per tutta la durata dell'attività, l'Appaltatore dovrà inoltre eseguire l'analisi, il monitoraggio e la conseguente ottimizzazione delle campagne sponsorizzate con cadenza mensile (ossia, ogni 30 giorni). Il monitoraggio dovrà inoltre stabilire come distribuire il budget dedicato alle campagne fra gli strumenti a disposizione. In tale contesto, è fatta richiesta all'Appaltatore di partecipare ad una riunione con il Beneficiario, con cadenza mensile, da tenersi a distanza (via telefono o Skype), al fine di valutare congiuntamente l'andamento delle campagne sopracitate e le eventuali azioni correttive da apportare. Almeno due giorni prima di ciascuna riunione, l'Appaltatore dovrà inviare al Beneficiario un report illustrativo dei risultati raggiunti nell'arco di tempo in esame, che fungerà da base per la valutazione di cui sopra.

Il budget per le campagne di native advertising dovrà essere di almeno 2.000,00 € (IVA ed oneri compresi), distribuito nell'arco temporale di svolgimento dell'attività. **Tale budget è da intendersi compreso nel budget complessivo del presente servizio, così come indicato al punto 6 del presente avviso**.

OUTPUT D2: Report illustrativo delle campagne di native advertising realizzate e dei risultati ottenuti, entro e non oltre il 10/04/2022.

Ogni progetto grafico/creativo/web dovrà essere sottoposto all'approvazione del Beneficiario.

Ogni decisione relativa all'acquisto di spazi per le campagne social e le campagne di native advertising dovrà essere sottoposta all'approvazione del Beneficiario.

Tutti gli output richiesti dovranno essere approvati dal Beneficiario, per consentire ad Area Science Park di corrispondere al fornitore i pagamenti alle scadenze previste. Al termine del servizio il Beneficiario predisporrà un apposito verbale di regolare esecuzione, nel quale l'Appaltatore e il Beneficiario dichiareranno che il servizio svolto è conforme rispetto alle esigenze segnalate dal Beneficiario. È fatto onere al Beneficiario di trasmettere tempestivamente copia del verbale ad Area Science Park.

In ottemperanza alle disposizioni del bando regionale citato in premessa, tutte le misure di comunicazione dovranno dare evidenza della fonte di finanziamento del progetto, tramite apposita dicitura accompagnata dai loghi del Programma POR FESR Friuli Venezia Giulia 2014-2020 e dei soggetti finanziatori (Unione Europea, Repubblica Italiana e Regione Autonoma Friuli Venezia Giulia). Le modalità più idonee per dare attuazione alle disposizioni succitate saranno concordate congiuntamente dall'Appaltatore e dal Beneficiario, per ciascuna attività di comunicazione.

3. MODALITÀ DI RACCORDO CON IL BENEFICIARIO

Si richiede all'Appaltatore di partecipare agli incontri con il Beneficiario illustrati di seguito, da tenersi, a discrezione del Beneficiario, presso Friuli Innovazione, Centro di Ricerca e di Trasferimento Tecnologico Scarl (Via Jacopo Linussio 51, 33100 Udine), oppure presso la sede dell'Appaltatore, previo consenso dello stesso. Data la contingente emergenza epidemiologica da COVID-19, tutti gli incontri potranno essere organizzati con modalità telematiche fino al perdurare dell'emergenza stessa nel rispetto delle misure di contenimento al momento in essere.

- Un incontro preliminare, da svolgersi entro 7 giorni dalla data di decorrenza del contratto, per condividere l'impostazione del lavoro.
- Un incontro di almeno un'ora durante l'attività A, per strutturare e seguire lo sviluppo del lavoro.
- Un incontro di almeno un'ora durante l'attività B, per strutturare e seguire lo sviluppo del lavoro.
- Due incontri di almeno un'ora durante ciascuna delle attività C1, C2 e C3, per strutturare e seguire lo sviluppo del lavoro.
- Quattro incontri di almeno un'ora durante ciascuna delle attività D1 e D2, per strutturare e seguire lo sviluppo del lavoro.

Si richiede inoltre la disponibilità dell'Appaltatore a partecipare a riunioni intermedie e di aggiornamento sullo stato di avanzamento di ogni attività via telefono e/o web conference call.

4. CORRISPETTIVO

Il budget a disposizione dell'Amministrazione per lo svolgimento delle prestazioni relative al servizio sopra indicato, su cui gli interessati saranno invitati a formulare preventivo di offerta, è pari a € 12.000,24 IVA esclusa. **Tale budget è da intendersi comprensivo dei budget relativi alle attività D1 e D2 di cui al punto 2 del presente avviso.**

L'importo contrattuale, corrispondente al miglior prezzo offerto in esito alla risposta alla richiesta di preventivi, e comunque pari o inferiore al budget di cui al paragrafo, verrà corrisposto all'Appaltatore, su

presentazione delle relative fatture, come di seguito indicato:

- 20% alla consegna dell'OUTPUT A, entro e non oltre il 15/02/2022;
- 20% alla consegna degli OUTPUT B, C1, C2 e C3, entro e non oltre il 15/03/2022;
- 60% alla consegna degli OUTPUT D1 e D2, entro e non oltre il 10/04/2022.

5. DURATA DEL SERVIZIO

Il servizio, che sarà attivo con decorrenza dalla data di sottoscrizione del contratto d'appalto, dovrà concludersi tassativamente entro il 10/04/2022.

6. REQUISITI PROFESSIONALI/ABILITAZIONI RICHIESTI/E:

a) Aver realizzato almeno 6 campagne di advertising mediante piattaforme social (Facebook e/o Instagram) negli ultimi 3 anni;

b) Avere disponibilità di personale operante nel territorio del Friuli-Venezia Giulia;

c) Aver svolto almeno 3 progetti di comunicazione nell'ambito del settore eno-gastronomico e/o del settore turistico del territorio del Friuli-Venezia Giulia negli ultimi 5 anni (requisito necessario in quanto la promozione del progetto presuppone una specifica conoscenza del territorio della regione Friuli-Venezia Giulia);

d) Avere comprovata esperienza nella realizzazione di progetti grafici per l'industria creativa e culturale;

e) Aver prodotto almeno 10 video professionali per clienti diversi negli ultimi 3 anni;

f) Essere iscritto al Mercato elettronico della Pubblica Amministrazione (MePA).

7. PROCEDURA

Si richiede ai soggetti interessati di far pervenire, **entro il termine del 14/12/2021 alle ore 12:00**, la propria manifestazione di interesse alla procedura, accompagnata da una dichiarazione sostitutiva di certificazione e/o di atto di notorietà, redatta utilizzando preferibilmente il modello allegato 1, avente ad oggetto le seguenti informazioni:

- Dichiarazione in merito all'insussistenza di condizioni ostative ai sensi dell'art. 80 del D.Lgs. 50/2016 e s.m.i. e di non trovarsi nella condizione di cui all'art. 53, comma 16-ter del D.Lgs. n. 165/2001 (incapacità di contrattare con la pubblica amministrazione);
- Autodichiarazione attestante il possesso dei requisiti indicati al punto 6 del presente avviso.
- CV professionale a comprova del possesso del requisito d), di cui al punto 6 del presente avviso.

Si precisa che i soggetti interessati possono presentare manifestazione di interesse per il servizio in oggetto in forma singola o associata, secondo le disposizioni dell'art. 45 del Codice, purché complessivamente in possesso dei requisiti sopra indicati. Ai soggetti costituiti in forma associata si applicano le disposizioni di cui agli artt. 47 e 48 del Codice.

Ai sensi dell'art. 89 del Codice, l'operatore economico, singolo o associato ai sensi dell'art. 45 del Codice, può dimostrare il possesso dei requisiti di carattere economico, finanziario, tecnico e professionale di cui all'art. 83, comma 1, lett. b) e c) del Codice avvalendosi dei requisiti di altri soggetti, anche partecipanti al raggruppamento.

All'esito della presente indagine di mercato, l'Amministrazione procederà ad affidare il contratto in base alla procedura prevista dall'art. 1, comma 2, lettera a), del D.L. 76 del 16/07/2020, come convertito dalla legge n. 120/2020 e successivamente modificato dalla legge n. 108/2021, previa acquisizione di preventivi di offerta da parte degli operatori economici che si saranno candidati dimostrando il possesso dei requisiti di partecipazione. Si precisa che l'aggiudicatario del servizio di cui all'oggetto dovrà trasmettere alla scrivente Amministrazione opportuna documentazione a comprova del possesso dei requisiti dichiarati nell'ambito dell'allegato 1 –modello di dichiarazione.

Si precisa, inoltre, che al fine di favorire il meccanismo di rotazione dei fornitori e la distribuzione delle opportunità degli operatori economici di essere affidatari di un contratto pubblico, evitando il consolidarsi di rapporti solo con alcune imprese, mediante l'alternanza sequenziale di affidamenti diretti o di inviti agli stessi operatori economici (Linee guida ANAC n. 4), le candidature presentate da soggetti aggiudicatari di contratti con l'Amministrazione nell'ultimo anno dalla data di pubblicazione del presente avviso, rientranti nella medesima fascia di importo e settore del servizio di cui all'oggetto (art. 81, comma 4 del Regolamento per l'Amministrazione, Finanza e Contabilità dell'Ente), non verranno prese in considerazione, ad eccezione del caso in cui non siano pervenute candidature da parte di altri soggetti entro la scadenza per la presentazione della manifestazione di interesse.

La scrivente Amministrazione si riserva di interrompere o sospendere il procedimento avviato senza che i soggetti istanti possano vantare alcuna pretesa a qualsiasi titolo.

La manifestazione di interesse, accompagnata dalle informazioni redatte secondo il modello allegato 1, dovrà essere inviata a mezzo posta elettronica certificata (PEC) all'indirizzo protocollo@pec.areasciencepark.it, all'attenzione di: Area Science Park - Ufficio Pianificazione e Appalti.

L'oggetto della PEC dovrà riportare la seguente dicitura: "**MANIFESTAZIONE DI INTERESSE MARKETING E COMUNICAZIONE – CIG: Z473344671**". L'amministrazione non si assume alcuna responsabilità nel caso di non valutazione delle manifestazioni di interesse pervenute recanti diverse diciture.

Informazioni sulla presente procedura possono essere richieste all'Ufficio Pianificazione, Performance e Appalti, tel. 040/3755238. È responsabile del procedimento. Stephen John Taylor, Direttore della Struttura Innovazione e Sistemi complessi.

8. INFORMATIVA SUL TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI

Informativa ai sensi dell'art. 13 del Regolamento UE 2016/679 in relazione ai dati personali forniti dai concorrenti in sede di partecipazione alla gara, o comunque acquisiti da Area Science Park.

Il titolare del trattamento dei dati personali è l'Area di Ricerca Scientifica e Tecnologica di Trieste – Area Science Park, avente sede in Trieste, Padriciano, 99.

I concorrenti, in qualità di interessati, potranno rivolgersi al titolare del trattamento scrivendo all'indirizzo sopra riportato o inviando un'e-mail ai seguenti indirizzi di posta elettronica: urp@areasciencepark.it - PEC

protocollo@pec.areasciencepark.it.

Presso Area Science Park è presente il Responsabile della protezione dei dati, nominato ai sensi dell'art. 37 del Regolamento UE 2016/679, che può essere contattato al seguente indirizzo e-mail: rpd@areasciencepark.it.

Il trattamento dei dati personali dei concorrenti è finalizzato unicamente all'espletamento della procedura di aggiudicazione della gara per la quale sono stati conferiti, o di procedimento alla stessa conseguente o connesso, nonché all'eventuale stipula e gestione del conseguente contratto.

La base giuridica del trattamento si rinviene nelle norme che disciplinano le procedure formali di gara in materia di lavori, forniture e servizi e acquisti di beni di interesse generale per l'Ente, nonché nell'art. 3, comma 2, lett. l) dello Statuto, che attribuisce all'Ente la facoltà di compiere ogni atto utile per il conseguimento delle proprie finalità istituzionali.

Ferme restando le operazioni di comunicazione e di diffusione effettuate in esecuzione di obblighi di legge e di ordini dell'autorità, i dati potranno essere comunicati ai soggetti individuati in osservanza delle prescrizioni vigenti in materia di appalti e concessioni, nonché ai titolari del diritto di accesso documentale.

I dati oggetto di trattamento saranno conservati per il periodo necessario in base alla vigente normativa in materia di archivi, applicabile agli enti pubblici, salva l'autorizzazione allo scarto.

In riferimento ai dati personali conferiti, i concorrenti sono detentori dei seguenti diritti:

a) di accesso ai dati personali;

b) di rettifica o cancellazione degli stessi o limitazione del trattamento;

c) di opposizione al trattamento;

d) di portabilità dei dati (diritto applicabile ai soli dati in formato elettronico), così come disciplinato dall'art. 20 del Regolamento UE 2016/679;

e) di proporre reclamo all'autorità di controllo.

Si precisa che per esercitare i diritti di cui alle lettere da a) a d) potrà inviare un'e-mail al seguente indirizzo: rpd@areasciencepark.it.

Area Science Park è tenuta a fornire una risposta entro il termine di un mese dalla richiesta, estensibile fino a tre mesi in caso di particolare complessità della richiesta.

Il conferimento di tali dati, richiesto in forza di espresse disposizioni di legge, è facoltativo, ma necessario per poter partecipare alla gara e procedere all'eventuale stipula ed esecuzione del contratto. Il mancato conferimento dei dati preclude le suddette attività.