



REGIONE AUTÒNOMA DE SARDIGNA  
REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA

PRESIDÈNTZIA  
PRESIDENZA

Direzione generale della Presidenza  
Servizio Comunicazione istituzionale

ALLEGATO 1

## **SCHEDA TECNICA**

***APPALTO PER L’AFFIDAMENTO DEL SERVIZIO DI ASSISTENZA  
TECNICA SPECIALISTICA PER LA COMUNICAZIONE  
MULTIMEDIALE PER L’ATTUAZIONE DEL PIANO DI  
COMUNICAZIONE 2021-2023, mediante la piattaforma  
Sardegna CAT, ai sensi dell’art. 60 del D. Lgs 50/2016***

**CIG 8914904B80**



REGIONE AUTÒNOMA DE SARDIGNA  
REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA

Il Piano di Comunicazione 2021–2023 si compone di tre macro aree tematiche:

- Mères, (rivolta all'affermazione dell'identità e dei valori autonomistici e alla promozione della cultura della "sardità" in tutte le sue componenti);
- Sanos, (pone al centro della comunicazione la salute, quale bene primario da tutelare, in un particolare momento storico caratterizzato dalla grave crisi pandemica);
- Mannos, (si collega allo sviluppo della Sardegna, in ambito economico, sociale, tecnologico, territoriale e culturale).
- All'interno delle macro aree sono contenute le azioni specifiche e i relativi prodotti finalizzati all'attuazione del Piano.
- Lo stesso piano prevede tra i progetti strategici l'Assistenza tecnica specialistica per la comunicazione multimediale, oggetto della gara.

Parte delle azioni del Piano sono già state realizzate.

Nell'ambito dell'affidamento della presente gara, a titolo esemplificativo, si prevede di realizzare azioni quali:

- Sostenibilità, muoversi leggeri (MERES): azioni per promuovere la mobilità sostenibile, partendo dagli interventi sulla rete ciclistica regionale, per lo sviluppo nell'utilizzo della bicicletta soprattutto nei più giovani, interventi sulla viabilità e sulla portualità turistica;
- L'energia si evolve (MERES): azioni mirate a far conoscere il Piano energetico ambientale regionale, e gli interventi a sostegno dell'efficiamento energetico e della promozione delle risorse rinnovabili;
- La Sanità più vicina (SANOS): comunicazione sul potenziamento della rete dei servizi sanitari territoriali;



REGIONE AUTÒNOMA DE SARDIGNA  
REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA

- Politiche sociali, nessuno resta indietro (SANOS): sensibilizzazione sul consolidamento e rafforzamento degli interventi a supporto delle famiglie, assistenza alle persone, in particolare con disabilità e non autosufficienti;
- Misure per lo sviluppo, la Sardegna che cresce (MANNOS): promozione delle iniziative, ordinarie e straordinarie, a sostegno di lavoratori e imprese per il superamento delle difficoltà generate dall'emergenza Covid-19 e la facilitazione della ripresa economica;
- Innovazione, in Sardegna è già futuro (MANNOS): Progetto Banda Ultralarga, per il superamento del divario digitale, e Progetto Kentos, per la trasmissione dei dati in modo veloce e sicuro, sono tra i principali interventi di innovazione tecnologica che saranno promossi con azioni di comunicazione dedicate
- Investiamo nella Ricerca (MANNOS): campagna di comunicazione, che punta a far conoscere le attività svolte da Sardegna Ricerche, con focus dedicati ai principali progetti e ai finanziamenti destinati alla ricerca scientifica e all'innovazione;
- Programma di riqualificazione dell'edilizia abitativa (MANNOS): comunicazione sul programma di partenariato pubblico-privato per il recupero dell'edilizia abitativa.

Tenuto conto del fatto che il Piano interessa il triennio 2021-2023, e che pertanto le azioni in esso contenute sono soggette alle evoluzioni che potranno intervenire rispetto alle esigenze di comunicazione contingenti o manifestate dalle varie strutture del Sistema Regione, si prevede di ripetere il servizio nell'annualità 2022.

## DESCRIZIONE SERVIZI

### Campagne di comunicazione integrate e multicanale.

1. **progettazione grafica e diffusione prodotti su testate giornalistiche locali cartacee e digitali:** l'attività dovrà consistere nella produzione di mezze pagine e banner web da pubblicare nelle testate giornalistiche regolarmente registrate nei tribunali della Sardegna. Il tema dei prodotti sarà concordato con la stazione appaltante che comunicherà al fornitore i contenuti delle azioni da promuovere. Devono essere garantite almeno 6 mezze pagine su ciascuno dei principali quotidiani cartacei, e almeno 12 banner web per la durata di due settimane;
2. **realizzazione prodotti e promozione su canali digitali e social media:** il servizio consiste nella progettazione grafica di prodotti statici e/o dinamici, e nella pubblicazione degli stessi sui canali social istituzionali della Regione, a supporto degli amministratori delle pagine. Dovranno



REGIONE AUTÒNOMA DE SARDIGNA  
REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA

essere attivate campagne a pagamento sulla base delle esigenze di visibilità delle pubblicazioni.

Sono richiesti un minimo di 2 campagne social a pagamento e la definizione della strategia in collaborazione con il committente, con adeguata pianificazione sui canali della Regione e definizione dei target di riferimento. In particolare saranno richiesti il media planning & buying per ogni canale e le modalità di rilevazione degli esiti e di valutazione dell'efficacia della campagna;

3. **creazione materiale video e spot tv:** è richiesta la realizzazione di prodotti video, sia per la diffusione sui canali digitali (social e siti istituzionali), che per la diffusione sulle emittenti televisive locali, a cura della stazione appaltante, nell'ambito dei passaggi finanziati con la legge regionale 3/2015. Dovranno essere realizzati almeno 2 spot tv, e almeno 2 video per la diffusione sui canali web e social.
4. **creazione spot radio e relativa diffusione su emittenti radiofoniche regionali:** è richiesta la realizzazione di almeno 3 spot radio e la relativa diffusione a carico del fornitore su almeno 15 emittenti radiofoniche regionali;
5. **realizzazione e diffusione materiale promozionale** (a titolo esemplificativo manifesti 6x3, locandine, roll up) è richiesta la realizzazione su indicazione della stazione appaltante di materiali promozionali a supporto di alcune specifiche azioni. Sono richiesti almeno le seguenti quantità minime: 50 manifesti, 1.000 locandine, 6 roll up;
6. **fornitura merchandising con brand istituzionale:** è richiesta la fornitura di prodotti brandizzati con il logo della Regione ed eventuale claim delle campagne. In particolare, sono richiesti almeno i prodotti di seguito indicati, nelle seguenti quantità minime: 2.000 penne, 2.000 blocknotes, 200 calendari da tavolo.

### **Realizzazione di eventi territoriali:**

1. **organizzazione di almeno 2 eventi territoriali** in presenza, in accordo con la stazione appaltante, aperti al pubblico, e della durata massima di una giornata ciascuno (con possibilità di essere consecutive) da svolgersi sul territorio regionale sardo.

L'operatore economico dovrà provvedere all'ideazione e realizzazione degli eventi, con particolare attenzione rispetto all'innovatività e alla valorizzazione della realtà sociale e/o culturale e/o ambientale della Sardegna.

Al fine di accertare la professionalità e l'innovatività nell'ideazione e realizzazione degli eventi, i concorrenti dovranno produrre, nelle modalità che più riterranno opportune, n. 2 proposte esemplificative sui temi strategici del Piano di Comunicazione 2021-2023.

Gli eventi dovranno essere dimensionati per accogliere un numero minimo di 100 partecipanti.



REGIONE AUTÒNOMA DE SARDIGNA  
REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA

Le location da prediligere per lo svolgimento degli eventi devono essere pubbliche e/o istituzionali.

Il servizio dovrà ricomprendere le seguenti attività:

- supporto per l'ideazione e progettazione
- supporto tecnico e logistico per l'allestimento delle location;
- segreteria organizzativa e
- promozione degli eventi, con relativa produzione del materiale promozionale da diffondere almeno una settimana prima dell'evento;
- gestione diretta streaming sui canali social istituzionali e servizi di video editing;
- la predisposizione e somministrazione di questionari di gradimento;

Qualora dovesse verificarsi l'impossibilità di tenere eventi in presenza, a causa di situazioni di emergenza quali la recente crisi pandemica, gli eventi dovranno essere gestiti interamente a distanza. In tal caso è richiesta l'organizzazione di ulteriori 3 eventi a distanza in sostituzione di ciascuno degli eventi in presenza che è stato reso necessario annullare.

### **Gruppo di lavoro**

È richiesto un gruppo di lavoro con almeno un referente in Sardegna per la gestione dei rapporti con la stazione appaltante e per la pianificazione delle campagne di comunicazione.

Il gruppo dovrà essere composto dalle seguenti figure minime:

1. un project manager: con almeno 5 anni di esperienza nel coordinamento di progetti e servizi di comunicazione per la pubblica amministrazione analoghi al presente bando
2. un esperto in comunicazione, con esperienza di almeno 5 anni nell'ambito della comunicazione istituzionale;
3. un esperto in grafica e video editing, con esperienza di almeno 5 anni nella progettazione grafica e nel video editing;
4. un social media manager, con esperienza di almeno 5 anni nella gestione di social media.

All'interno dell'offerta tecnica dovranno essere indicate le figure professionali individuate distinte per ruolo e attività, e le modalità di relazione con il committente.

Affiancamento e assistenza alla Stazione appaltante per la realizzazione delle azioni del Piano attraverso le campagne di comunicazione.

Le azioni devono essere realizzate entro l'anno solare di riferimento, ed in ogni caso entro il termine finale del contratto.



REGIONE AUTÒNOMA DE SARDIGNA  
REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA

## **Metodologia dell'assistenza tecnica alla stazione appaltante**

L'operatore economico deve garantire un servizio di assistenza tecnica alla Stazione appaltante che comprenda affiancamento e supporto nella definizione delle strategie di intervento:

- pianificazione preliminare delle attività;
- monitoraggio strategico sui contenuti e tempi di realizzazione delle campagne
- valutazione ex ante dell'impatto della comunicazione
- valutazione ex post dei risultati

### **REQUISITI SPECIALI DI AMMISSIONE:**

Società operante nel campo della comunicazione, che negli ultimi 3 anni abbia realizzato campagne di comunicazione istituzionale, integrate, multimediali e multicanale, in ambito almeno regionale, che abbiano comportato la contestuale fornitura di servizi analoghi a quelli indicati nella presente gara.

Si specifica che aspetto essenziale dei servizi analoghi è il carattere integrato, multimediale e multicanale delle campagne di comunicazione, per cui non saranno ammissibili le imprese che avranno fornito solo alcuni dei servizi indicati, o soltanto spazi pubblicitari su media cartacei o digitali quali concessionarie di pubblicità, o che si siano limitate alla fornitura dei soli servizi logistici e di allestimento di eventi.

### **VALUTAZIONE QUALITATIVA**

- Numero e portata delle campagne di comunicazione realizzate, che devono avere la caratteristica di essere integrate, multimediali e multicanale
- Presenza di ulteriori figure professionali qualificate con curriculum di almeno 5 anni di esperienza nell'ambito della comunicazione multimediale
- Prevalenza nella declinazione digitale dei prodotti di comunicazione e nell'attenzione alla transizione ecologica e digitale;
- Certificazioni o riconoscimenti conseguiti nella partecipazione a competizioni nel settore della comunicazione istituzionale;
- Flessibilità nella fornitura dei servizi richiesti, con particolare attenzione al passaggio dalle modalità analogiche a quelle digitali, in conseguenza dell'eventuale ripresa della situazione emergenziale.

**Il Direttore del Servizio**

Maria Stefania Podda