

**Avviso pubblico di indagine di mercato per manifestazioni di interesse con richiesta di preventivo ai fini dell'affidamento di una campagna di comunicazione integrata per la promozione del programma regionale sulle politiche abitative, da svolgersi nel biennio 2022-2023. CUP E49B22000130002**

**ALLEGATO 1 – CAPITOLATO TECNICO**

**PREMESSA**

Allo scopo di fronteggiare la difficoltà nel pagamento del canone da parte dei nuclei familiari, e in particolare di quelli che hanno subito una riduzione del proprio reddito anche a causa della crisi economica connessa all'emergenza Covid-19, la Regione Emilia-Romagna ha messo in campo una serie di misure in materia di sostegno alla locazione. Tra queste ha approvato e finanziato il *“Programma regionale per la concessione di contributi destinati alla rinegoziazione dei contratti di locazione”* che punta a favorire la rinegoziazione dei canoni di affitto, con eventuale modifica della tipologia contrattuale. La Regione ha progettato l'intervento e stanziato le risorse finanziarie, ma sono i Comuni che interloquiscono direttamente con i cittadini per la sua realizzazione, ed eventualmente con gli stakeholder.

Maggiori dettagli sul programma regionale sono disponibili alla pagina:

<https://territorio.regione.emilia-romagna.it/politiche-abitative/rinegoziazione>.

La Regione Emilia-Romagna intende lanciare una campagna di comunicazione, integrata e multicanale, con i seguenti **obiettivi**:

- Promuovere la conoscenza di strumenti ed azioni attivati dalla Regione Emilia-Romagna per qualificare le politiche abitative e per favorire l'accesso alla casa.
- Far conoscere il *“Programma regionale per la concessione di contributi destinati alla rinegoziazione dei contratti di locazione”*
- Ampliare la platea dei beneficiari del programma

**Target**

Il programma regionale a sostegno della rinegoziazione dei canoni di locazione si rivolge a tre specifici target:

- Gli inquilini
- I proprietari di alloggi
- Gli operatori dei Comuni

A questi si aggiungono gli stakeholder collettivi, con cui la Regione ha già interloquito in sede di progettazione e avvio del Programma per le rinegoziazioni: le organizzazioni di rappresentanza dei proprietari, degli inquilini e degli Enti locali, le ACER (Aziende Case Emilia-Romagna).

In merito al programma rinegoziazioni, il presupposto per l'applicazione della misura è l'accordo tra proprietari e inquilini. Il ruolo, le motivazioni e i vantaggi per i tre target di riferimento sono in parte diversi, e per questo vanno esplorati e analizzati. Di seguito alcune prime considerazioni utili ai fini della progettazione della campagna di comunicazione:

	Inquilini	Proprietari di alloggi	Operatori dei Comuni
Vantaggi	- Poter rimanere nell'alloggio attualmente in affitto, nonostante le difficoltà economiche	- Poter realizzare un certo vantaggio economico, seppur ridimensionato rispetto a quanto pattuito inizialmente con l'inquilino	- Offrire prospettive ai casi in carico ai Servizi, ampliare la propria offerta di servizi, prevenire l'avvio di

	- Avere una riduzione sul canone di locazione	- Evitare l'onere delle procedure di sfratto	procedure di sfratto e di eventuali controversie legali
Ostacoli	- Trovare un accordo reciprocamente vantaggioso con il locatario  - Ottenere l'interessamento e l'intermediazione del Comune	- Trovare un accordo reciprocamente vantaggioso con il locatario  - Ottenere l'interessamento e l'intermediazione del Comune	- Rilevante carico di lavoro già in essere  - Complessità del programma (criteri, burocrazia, scadenze)

#### Principali risultati attesi:

- ridurre il disagio abitativo;
- aumentare il numero dei contratti di rinegoziazione;
- accreditare il Programma all'interno del sistema di misure regionali disponibili sul fronte del disagio abitativo, cogliendone la specificità rispetto ad altre azioni (esempio: Contributo per l'affitto; Patto per la casa, cosa è adatto a chi);
- cogliere eventuali indicazioni per migliorare il Programma in futuro

#### **1. OGGETTO DELL'APPALTO, DURATA DEL CONTRATTO E MODIFICHE.**

L'appalto ha per oggetto i servizi di **ideazione, progettazione creativa e produzione di materiali di comunicazione, cartacei e digitali**, necessari alla realizzazione di una **campagna integrata per la promozione del programma regionale sulle politiche abitative**, a partire dalle misure a sostegno della rinegoziazione dei contratti di locazione e dal Patto per la casa.

I servizi saranno avviati entro il mese di **novembre 2022** e termineranno il **31 dicembre 2023**.

Eventuali modifiche al contratto potranno avvenire alle condizioni e nei limiti previsti dall'art. 106 del Codice dei contratti pubblici (d. lgs. n. 50/2016 e s.m.i.). In particolare, l'Amministrazione si riserva la facoltà, ai sensi del comma 1, lett. a) dell'art. 106:

1) di richiedere il servizio aggiuntivo di ideazione e progettazione creativa del concept, del claim e dei messaggi per una campagna di lancio, rivolta agli stakeholder istituzionali, del 'Patto per la casa Emilia-Romagna', attualmente in fase di elaborazione (<https://territorio.regione.emilia-romagna.it/politiche-abitative/patto-per-la-casa-emilia-romagna>). La modifica è subordinata al completamento, entro il periodo di vigenza del contratto, dell'iter di approvazione dei regolamenti attuativi del Patto e avverrà ai prezzi indicati dall'impresa nell'offerta economica per la medesima tipologia di attività.

#### **2. ATTIVITÀ RICHIESTE E MODALITÀ DI ESECUZIONE**

**2.1) Analisi di contesto** e definizione della **strategia** di comunicazione.

La campagna di comunicazione dovrà essere strutturata in modo da garantire una penetrazione capillare sul territorio regionale, al fine di assicurare che le misure di sostegno previste nei programmi regionali siano portate a conoscenza di tutti i **potenziali destinatari**. La campagna dovrà inoltre evidenziare i vantaggi che l'applicazione della misura può portare ai due principali target della campagna, vale a dire inquilini e proprietari.

**2.2) Ideazione e progettazione del concept, dei claim e dei messaggi.**

**2.3) Studio e realizzazione del progetto grafico e produzione dei layout.** La proposta grafica dovrà essere armonica e coerente con il manuale di immagine coordinata

(<https://www.regione.emilia-romagna.it/la-regione/uso-del-logo-e-immagine-coordinata>) e con gli elementi distintivi del format di comunicazione istituzionale per il mandato 2020-2025 che saranno forniti dall'Amministrazione.

Il visual dovrà essere declinato su tutti gli strumenti, online e offline, previsti dal piano di comunicazione definito d'intesa con l'Amministrazione, che comprendono:

- **banner per inserzioni su testate online** (massimo 50 formati);
- **copertine per campagna social organica** sui profili Facebook, Instagram, Youtube del portale istituzionale ([www.regione.emilia-romagna.it](http://www.regione.emilia-romagna.it)) e del portale Territorio.
- **materiali a stampa**, che dovranno contenere almeno il claim e il riferimento al sito <https://territorio.regione.emilia-romagna.it/politiche-abitative>; sono richiesti:
  - **manifesto**, a 4 colori solo fronte, nei formati 50x70 cm e 70x100cm;
  - **locandina**, a 4 colori solo fronte, nei formati A4 e A3;
  - **pieghevole a 4 ante, 8 facciate**, formato aperto 21x42 cm., formato chiuso 21x10,5 cm., a colori 4+4;
  - **cartolina**, a 4 colori solo fronte, in formato 10x15 cm.

I testi dovranno essere realizzati almeno nelle lingue italiano, inglese, francese, arabo.

Le proposte grafiche dovranno essere realizzate in due distinte versioni:

- la versione 1, riservata in esclusiva alla Regione Emilia-Romagna, dovrà riportare solo il claim identificativo della campagna, abbinato agli elementi caratteristici del format di comunicazione di mandato;
- la versione 2, riservata alle eventuali collaborazioni fra la Regione e altri soggetti istituzionali, dovrà prevedere anche uno spazio dedicato ai loghi dei partner di progetto.

Tutti i materiali dovranno essere forniti nei formati per la stampa e per il web, idonei per la pubblicazione sui portali regionali e sui profili social collegati.

#### Tempistica

Elaborazione della proposta grafica: entro 20 giorni lavorativi dall'avvio dell'esecuzione del contratto.

Produzione layout: per tutta la durata del contratto.

**2.4) Stampa** dei materiali, nelle quantità minime indicate di seguito:

- **manifesto 70x100**, 4 colori solo fronte, carta p.o. gr. 170 – minimo **2.500 copie**
- **pieghevole** a 4 ante, 8 facciate, formato aperto 21x42 cm., formato chiuso 21x10,5 cm., a colori 4+4, carta p.o. gr. 170 – minimo **6.000 copie**
- **cartoline**, a 4 colori solo fronte, in formato 10x15 cm., carta gr. 170 – minimo **6.000 copie**

#### Tempistica

in corso di esecuzione di contratto, sulla base del calendario concordato con l'Amministrazione regionale.

**2.5) Distribuzione** dei materiali a stampa.

L'impresa affidataria dovrà garantire la consegna dei materiali a stampa ai seguenti destinatari con sede sul territorio regionale individuati dall'Amministrazione regionale:

- Comuni
- ACER
- Associazioni di categoria

- Patronati e CAAF
- Sedi provinciali INPS
- Agenzia delle Entrate

I materiali dovranno essere raccolti in kit comprendenti i manifesti, i pieghevoli e una lettera di accompagnamento (pdf fornito dall'Amministrazione regionale) in quantità differenziate e personalizzate, sulla base del piano di distribuzione dettagliato che l'Amministrazione comunicherà al momento dell'avvio del servizio.

#### Tempistica

primo semestre 2023.

**2.6) Ideazione e produzione di n. 2 spot video**, dedicati, rispettivamente ai temi 'Rinegoziazione canoni di locazione' (1° spot) e 'Le politiche per la casa in Emilia-Romagna' (2° spot).

Ciascun video dovrà avere una durata max di 30", modulabile anche in più clip autonome (durata indicativa max 15"), destinate alla campagna social.

I video dovranno inoltre rispettare tutti gli standard di accessibilità e usabilità previsti dalla normativa vigente e le specifiche tecniche descritte di seguito:

- Formato mpg2 standard oppure .mp4
- Risoluzione FULL HD in doppio formato 16:9 (1920x1080) e 9:16 (1080x1920) idonei per la diffusione su tv locali, web, sui principali social media e mobile, formato orizzontale e verticale.
- Audio con modulazione tra i -6 db e i -12 come da normativa e senza alcuna differenza tra il parlato e i codini finali
- Sonorizzazione, VFX, encoding audio video
- Sottotitolazione completa di tutto il parlato del video con inserimento dei sottotitoli direttamente nel video (*hardcoded subtitles*), l'inserimento del logo regionale su ciascun frame, in trasparenza bianca e del logo per campagne istituzionali 2020-2025 in chiusura.

Musiche, immagini, grafiche e ogni altro contenuto del video dovranno avere i diritti e le liberatorie per la diffusione su web, social media e tv.

**Gli spot video di 15" saranno veicolati, a cura dell'affidatario, in campagne social dedicate a specifici interventi del programma regionale per le politiche abitative, sulla base della pianificazione concordata con l'Amministrazione.**

Non sono a carico dell'affidatario le spese per acquisto di spazi sulle tv locali per la messa in onda degli spot video.

#### Tempistica

Presentazione dello script del 1° spot: entro 60 giorni solari dall'avvio dell'esecuzione del contratto.

Presentazione dello script del 2° spot: primo semestre 2023.

Produzione dello spot: entro 20 giorni solari dall'approvazione dello script da parte dell'Amministrazione.

**2.7) Ideazione, produzione e diffusione di n. 2 spot radio**, ciascuno della durata massima di 20", dedicati, rispettivamente ai temi 'Rinegoziazione canoni di locazione' (1° spot) e 'Le politiche per la casa in Emilia-Romagna' (2° spot). Si richiedono la gestione del progetto, il casting voci, lo speakeraggio, la registrazione in studio. La struttura degli spot deve rispettare, in linea generale, le seguenti specifiche:

- intro con catch phrase;
- citazione delle singole azioni;
- contestualizzazione generale;
- chiusura "istituzionale": "E' un'iniziativa della Regione Emilia-Romagna"

**La diffusione dello spot** sulle emittenti radiofoniche locali deve garantire la copertura dell'intero territorio regionale: è richiesta la presenza di almeno un'emittente a copertura regionale e di un'emittente a copertura di ogni territorio provinciale.

La pianificazione richiesta per ciascuno spot è di **6 passaggi al giorno per 7 giorni al mese, per 4 mesi** per un totale di **168** passaggi per ciascuna emittente selezionata.

#### Tempistica

Presentazione dello script audio 1° spot: entro 60 giorni solari dall'avvio dell'esecuzione del contratto.

Presentazione dello script audio 2° spot: primo semestre 2023.

Produzione degli spot: entro 20 giorni solari dall'approvazione dello script da parte dell'Amministrazione.

Diffusione: in corso di contratto, sulla base della pianificazione concordata con l'Amministrazione.

### **2.8) Campagna social**

Progettazione e realizzazione di una **campagna social sponsorizzata** sui canali **FB, Youtube, Instagram del portale della Regione Emilia-Romagna** e su eventuali altri canali ritenuti utili alla migliore riuscita della campagna.

Il fornitore dovrà curare la creazione e la pubblicazione di contenuti specifici e differenziati per i canali indicati (post, storie, copy etc), in concomitanza con i due principali momenti di diffusione della campagna:

Per la **campagna social** si richiedono:

- Studio e analisi dei target e loro segmentazione
- Impostazione e set-up tecnico della campagna pubblicitaria sulle piattaforme individuate
- Definizione dei budget di spesa pubblicitari per raggiungere il livello ottimale di investimento. **Si precisa che la sponsorizzazione è a carico dell'affidatario ed è ricompresa nell'importo contrattuale.**
- Monitoraggio analitico e reportistica dei risultati riferiti alle seguenti macroaree principali: persone raggiunte, utenti unici, tasso di interazione e budget investito.

L'Amministrazione regionale fornirà le credenziali e le istruzioni relative alle policy.

La moderazione dei contenuti veicolati attraverso i social non è a carico dell'affidatario.

#### Tempistica

Presentazione del piano editoriale per la campagna social: per il tema 'Rinegoziazione dei canoni di locazione' entro 30 giorni solari dall'avvio dell'esecuzione del contratto. Per il tema 'Le politiche per la casa in Emilia-Romagna', nel corso del primo semestre 2023.

Realizzazione della campagna: per tutta la durata del contratto, sulla base della pianificazione concordata con l'Amministrazione.

### **2.9) Inserzioni sui quotidiani locali**

L'impresa affidataria dovrà garantire la progettazione e la realizzazione coordinata e graficamente unitaria di una **campagna di inserzioni su quotidiani a diffusione locale**, edizioni su carta e digitale, selezionati in modo da assicurare la copertura di tutto il territorio regionale. Le attività richieste comprendono:

- a) la progettazione di un annuncio stampa a colori, in formato ¼ di pagina, per le inserzioni sulla versione a stampa, e di un banner coordinato per la pubblicazione sulla versione digitale delle testate selezionate;
- b) la pianificazione e l'acquisto degli spazi su alcuni quotidiani a diffusione regionale, proposti nel piano media e selezionati in modo da garantire la copertura dell'intero territorio regionale.

c) la gestione dei rapporti con le testate selezionate e le concessionarie di pubblicità.

#### Tempistica

prima uscita entro giugno 2023, seconda uscita nel secondo semestre 2023.

### **2.10) Rendicontazione dei risultati della campagna.**

La riuscita di una campagna è la conseguenza di una serie di diversi fattori e riuscire a leggere quali strumenti hanno funzionato è un dato utilissimo per la P.A.

L'impresa si impegna a produrre e presentare un report intermedio (per le attività svolte entro il 31 maggio 2023) e un report finale (per le attività svolte entro il 30 novembre 2023), descrittivi di tutte le attività svolte e dei risultati raggiunti, sintetizzati in informazioni quali-quantitative (non sensibili) rappresentative della partecipazione e del coinvolgimento di tutti i soggetti individuati.

#### Tempistica

presentazione del report intermedio: 30 giugno 2023

presentazione del report finale: 30 novembre 2023.

**Si precisa che tutti i prodotti realizzati in esecuzione del contratto saranno di proprietà della Regione Emilia-Romagna e potranno essere utilizzati per attività di comunicazione istituzionale in modalità offline e online.**

Si evidenzia che non può essere affidata in subappalto l'integrale esecuzione del contratto. L'affidatario dovrà **eseguire direttamente** le seguenti prestazioni:

- Analisi di contesto e definizione della strategia di comunicazione.
- Ideazione e progettazione del concept, dei claim e dei messaggi;
- Studio e realizzazione del progetto grafico e dei layout
- Ideazione degli spot video e degli spot radio
- Pianificazione della campagna social
- Rendicontazione e stesura di report

### **3. FATTURAZIONE E MODALITÀ DI PAGAMENTO**

Il pagamento del corrispettivo per l'esecuzione dei servizi avverrà **in tre rate**, per stati di avanzamento delle attività, secondo il seguente calendario di massima:

- la prima, per le attività svolte entro il **31 gennaio 2023**;
- la seconda, per le attività svolte entro il **30 giugno 2023**;
- la terza e ultima, al completamento di tutte le attività, entro il **31 dicembre 2023**.

Le fatture elettroniche dovranno essere intestate e indirizzate a: **Regione Emilia-Romagna - Agenzia di Informazione e comunicazione – Codice Univoco Ufficio JXB20T** - Viale Aldo Moro n. 52 - 40127 Bologna – codice fiscale 80062590379.

Il pagamento della quota imponibile del corrispettivo sarà effettuato nel termine di 30 giorni dalla data di ricevimento della fattura elettronica, mediante accredito sul conto corrente dedicato alle commesse pubbliche previsto dalla legge n. 136/2010 e s.m.i. La quota relativa all'IVA sarà versata direttamente dall'Amministrazione all'Agenzia delle Entrate.

### **4. ANTICIPAZIONE DEL PAGAMENTO DEL CORRISPETTIVO**

L'affidatario potrà richiedere **l'anticipazione del pagamento del corrispettivo fino ad un massimo del 30% dell'importo contrattuale**, ai sensi dall'art. 35, comma 18, del Codice contratti e dall'art. 207 del Decreto-legge n. 34/2020 convertito, con modificazioni, in legge 17.07.2020, n. 77 e s.m.i.. L'anticipazione

sarà corrisposta solo a seguito della presentazione di **garanzia fideiussoria**, costituita per l'importo e con le modalità previste dalle disposizioni indicate.

#### **5. REVISIONE PREZZI**

Durante l'esecuzione del contratto **non sarà consentita** la revisione dei prezzi in quanto la durata consente di considerare certo il prezzo per l'intervallo di tempo interessato.