

Avviso relativo ad una indagine di mercato preliminare all'attivazione delle procedure di gara per l'affidamento del servizio di esecuzione e gestione del Piano di Comunicazione a sostegno del PSR Veneto 2014-2020 e della politica di sviluppo rurale 2023-2027

SCHEMA TECNICA DEL SERVIZIO

1 - Informazioni preliminari

1.1 - Quadro di riferimento

Il Programma di Sviluppo Rurale 2014-2020 per il Veneto (nel seguito PSR 2014-2020 o Programma) è lo strumento di programmazione delle politiche regionali di sviluppo rurale. Il PSR 2014-2020 concorre, assieme agli altri fondi strutturali e di investimento europei (Fondi SIE), alla realizzazione delle priorità della strategia "Europa 2020", nel quadro dell'Accordo di partenariato tra lo Stato Italiano e l'Unione Europea. La dotazione complessiva del programma per il periodo 2014-2020 è di 1 miliardo e 169 milioni di euro. L'ammontare complessivo è finanziato per il 43% dall'Unione Europea attraverso il FEASR (Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale), per il 40% dallo Stato italiano e per il 17% dalla Regione del Veneto.

Il PSR 2014-2020 prevede 14 misure articolate in 46 interventi, che contribuiscono a perseguire le sei priorità dello sviluppo rurale fissate dall'Unione europea: promuovere il trasferimento di conoscenze e l'innovazione nel settore agricolo e forestale e nelle zone rurali; potenziare la redditività delle imprese agricole e la competitività dell'agricoltura in tutte le sue forme e promuovere tecnologie innovative per le aziende agricole e la gestione sostenibile delle foreste; promuovere l'organizzazione della filiera agroalimentare, compresa la trasformazione e la commercializzazione dei prodotti agricoli, il benessere degli animali e la gestione dei rischi nel settore agricolo; preservare, ripristinare e valorizzare gli ecosistemi connessi all'agricoltura e alla silvicoltura; incentivare l'uso efficiente delle risorse e il passaggio a un'economia a basse emissioni di carbonio e resiliente al clima nel settore agroalimentare e forestale; adoperarsi per l'inclusione sociale, la riduzione della povertà e lo sviluppo economico nelle zone rurali.

La Direzione AdG FEASR e Foreste è l'Autorità di gestione del PSR 2014-2020. Come Autorità di gestione del programma, svolge in particolare le seguenti funzioni: programmazione generale e operativa; pianificazione finanziaria; sorveglianza, monitoraggio e valutazione del programma; coordinamento operativo delle altre strutture regionali coinvolte nella gestione del PSR; gestione e animazione del partenariato; attuazione dell'assistenza tecnica al programma; attività di informazione e comunicazione a supporto del programma, compreso il relativo Piano di comunicazione, programmazione e gestione delle iniziative per lo sviluppo locale LEADER.

In attuazione dei regolamenti UE n. 1303 del 17 dicembre 2013 e n.1305 del 17 dicembre 2013 e del PSR 2014-2020, l'AdG ha il compito di predisporre e presentare la Strategia di comunicazione a sostegno del programma Comitato di sorveglianza entro i sei mesi successivi all'approvazione del programma stesso, avvenuta con Decisione di esecuzione della Commissione europea C(2015) 3482 del 26 maggio 2015. L'AdG ha proceduto all'elaborazione della Strategia di comunicazione, che è stata presentata ed approvata in

occasione del Comitato di Sorveglianza del 15 dicembre 2015 e successivamente adottata con deliberazione della Giunta regionale n.1376 del 09 settembre 2016. La Strategia di comunicazione del PSR 2014-2020 costituisce il quadro di riferimento per la progettazione e l'esecuzione delle attività di informazione e pubblicità a sostegno del programma e definisce gli obiettivi generali e specifici che indirizzano la pianificazione delle attività di comunicazione.

Un altro fattore determinante nell'evoluzione del Piano di Comunicazione negli ultimi mesi è stato il percorso di approvazione della nuova Politica agricola comune. I rallentamenti nella trattativa relativa al nuovo bilancio pluriennale dell'Unione europea e la situazione internazionale conseguente alla pandemia, hanno portato all'approvazione di una estensione che vedrà l'attuale programmazione 2014-2020 proseguire fino al termine del 2022, termine che porta al 2025 la chiusura dell'attuale programmazione, in base alla regola "n+3". Nel frattempo, sarà completato il percorso per l'avvio della nuova PAC e delle politiche di sviluppo rurale previste dai regolamenti europei, che avranno inizio non prima del 2023.

La Strategia di comunicazione è stata quindi oggetto di modifica, allo scopo di riportare alcuni essenziali aggiornamenti rispetto al perseguimento degli obiettivi specifici e ai target di riferimento e di modificare alcuni riferimenti cambiati nel corso dell'attuazione. Le modifiche sono state approvate, secondo le procedure previste dall'art. 13 del regolamento (UE) N. 808/2014, dal Comitato di Sorveglianza con Procedura scritta avviata il 18/11/2020 e conclusa l'1/12/2020.

Anche il Piano di comunicazione pluriennale sarà di conseguenza aggiornato e approvato, al fine di tener conto dei fattori esterni, delle lezioni apprese nei primi tre anni di esecuzione e del nuovo contesto normativo europeo. Il piano e di conseguenza la sua esecuzione prevede di rispondere agli obiettivi della Strategia di comunicazione per il periodo 2014-2020, ma allo stesso tempo di avviare le attività di comunicazione relative alla politica di sviluppo rurale per il periodo 2021-2027, per assicurare la necessaria continuità dell'azione informativa.

1.2 – Normativa e documentazione di riferimento

Il quadro dei riferimenti normativi essenziali ai fini delle attività di comunicazione a sostegno del Programma comprende:

a. Regolamenti europei:

<http://www.regione.veneto.it/web/agricoltura-e-foreste/sviluppo-rurale-2020>

- Regolamento n. 1303/2013 del Parlamento europeo e del Consiglio del 17 dicembre 2013 recante disposizioni comuni sul Fondo europeo di sviluppo regionale, sul Fondo sociale europeo, sul Fondo di coesione, sul Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale e sul Fondo europeo per gli affari marittimi e la pesca e disposizioni generali sul Fondo europeo di sviluppo regionale, sul Fondo sociale europeo, sul Fondo di coesione e sul Fondo europeo per gli affari marittimi e la pesca, e che abroga il regolamento (CE) n. 1083/2006 del Consiglio (di seguito Regolamento Generale) (art 116 – Strategia di Comunicazione; allegato XII – Informazioni e comunicazione sul sostegno fornito dai fondi)
- Regolamento n. 1305/2013 del Parlamento europeo e del Consiglio del 17 dicembre 2013 sul sostegno allo sviluppo rurale da parte del Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale (Feasr) (art. 6, comma i) (di seguito "Reg UE 1305/2013");

- Regolamento di esecuzione n. 808/2014 della Commissione del 17 luglio 2014 (art. 13; allegato III – Informazione e pubblicità) (di seguito “Reg CE 808/2014”):
 - Regolamento UE n. 2220/2020 (Disposizioni transitorie relative al sostegno da parte del Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale (FEASR) e del Fondo europeo agricolo di garanzia (FEAGA) negli anni 2021 e 2022).
 - Proposta di regolamento del Parlamento europeo e del Consiglio COM(2018) 392 final, recante norme sul sostegno ai “Piani strategici nazionali PAC”
- b. Programma di sviluppo rurale per il Veneto 2014-2020, approvato con Decisione di esecuzione della Commissione europea del 26 maggio 2015 e adottato, da ultimo, con deliberazione della Giunta regionale n. 1233 del 01/09/2020 (“PSR 2014-2020”):
<http://www.regione.veneto.it/web/agricoltura-e-foreste/sviluppo-rurale-2020>
- c. Strategia di comunicazione del PSR 2014-2020 (di seguito “Strategia di comunicazione”), approvata con DGR n. 1376 del 09.09.2016 e successivi aggiornamenti (Approvazione del Comitato di Sorveglianza, Procedura scritta del 18/11/2020)
<http://www.regione.veneto.it/web/agricoltura-e-foreste/sviluppo-rurale-2020>
- I regolamenti UE, in particolare, fissano le norme fondamentali che la Regione deve seguire per l’esecuzione delle attività di “informazione e pubblicità” a sostegno del Programma e le modalità ed i contenuti della strategia di comunicazione da adottare.

L’esecuzione del servizio, oggetto della presente indagine, avviene comunque nel contesto dei riferimenti normativi europei, nazionali e regionali, per le parti e gli aspetti che regolano la materia.

1.3 - Documenti a supporto

Agli Operatori Economici vengono messi a disposizione, in particolare, i seguenti documenti necessari per l’elaborazione dell’indagine di mercato del servizio:

1. Strategia di comunicazione, compresi n. 4 allegati: Azione A - Indagini A.1 Target Cittadinanza, A.2 Target Beneficiari, A.3 Portatori d’interesse e Azione B – Indagine sullo scenario di comunicazione:
<http://www.regione.veneto.it/web/agricoltura-e-foreste/informazione-pubblicita>
2. Obblighi d’informazione e pubblicità – Linee guida per i beneficiari
<http://www.regione.veneto.it/web/agricoltura-e-foreste/informazione-pubblicita>
3. Piani di Comunicazione a valenza pluriennale
<https://psrveneto.it/psr-2014-2020/comunicazione/>
4. Indagine Conclusiva del Piano di Comunicazione
<https://psrveneto.it/psr-2014-2020/comunicazione/>
5. Indagine sugli strumenti di comunicazione del Piano di Comunicazione
<https://psrveneto.it/psr-2014-2020/comunicazione/>
6. Report conclusivo triennale dell’attuazione del Piano di Comunicazione
<https://psrveneto.it/psr-2014-2020/comunicazione/>
7. Relazione finale di monitoraggio del Piano di Comunicazione
<https://psrveneto.it/psr-2014-2020/comunicazione/>

1.4 - Contesto comunicativo

L’azione di comunicazione è inserita in un contesto operativo generale, caratterizzato dai seguenti profili:

- attività di comunicazione dei principali soggetti della “governance della comunicazione” riconducibili alla Regione del Veneto e al PSR 2014-2020: Segreteria generale della Programmazione; Direzione regionale Relazioni internazionali, Comunicazione e SISTAR; Ufficio stampa della Giunta regionale; AVEPA – Agenzia veneta per i pagamenti; Agenzia Veneta per l’Innovazione nel Settore Primario; Gruppi di azione locale del Veneto;
- attività di comunicazione della Rete Rurale Nazionale;
- attività di comunicazione della Rete Europea per lo Sviluppo Rurale;
- attività di comunicazione relative agli altri fondi europei gestiti dalla Regione del Veneto (FESR – Fondo Europeo per lo Sviluppo Regionale, FSE-Fondo Sociale Europeo, FEAMP-Fondo Europeo per gli Affari Marittimi e la Pesca).

2 - Descrizione generale del servizio

L’indagine di mercato è preliminare all’attivazione di una procedura di gara aperta finalizzata all’aggiudicazione del servizio di esecuzione e di gestione del Piano di Comunicazione a sostegno del PSR Veneto 2014-2020 e delle politiche di sviluppo rurale regionali nel quadro della PAC 2023-2027. Il servizio ha la durata di 48 mesi e si articola in sette Aree di Attività che sono attivate singolarmente o congiuntamente sulla base delle azioni che il Piano di comunicazione prevede di realizzare.

Si caratterizza per un qualificato supporto tecnico e operativo, un’elevata qualità dei prodotti realizzati, per l’innovatività dei messaggi, degli strumenti con cui veicolarli e delle modalità di coinvolgimento dei target di riferimento, nonché per l’adattabilità rispetto alle diverse fasi e agli eventuali cambiamenti che il PSR potrà subire nel corso della sua esecuzione e in particolare delle politiche di sviluppo rurale regionali nel quadro della PAC 2023-2027 .

L’esecuzione del Piano di Comunicazione si svolge in maniera coerente rispetto all’obiettivo generale e agli obiettivi specifici previsti dalla Strategia di Comunicazione, tenendo in considerazione le Priorità e gli obiettivi del PSR (Focus Area) e delle politiche di sviluppo rurale regionali nel quadro della PAC 2023-2027, assicurando una chiara riconoscibilità al programma e ai relativi soggetti finanziatori. .

Nella fase di attuazione, particolare attenzione viene posta al coinvolgimento attivo del Partenariato, all’animazione della Rete interna dei referenti del programma e alle azioni da intraprendere insieme ai soggetti che dovranno essere coinvolti direttamente nella “Governance della Comunicazione” dello sviluppo rurale prevista dalla Strategia.

Il servizio prevede la costituzione di un Gruppo di lavoro incaricato di gestire e attuare il Piano di comunicazione coordinato dalla Regione del Veneto.

Il coordinamento e lo scambio di informazioni con la Regione del Veneto può prevedere modalità differenti: riunioni, contatti telefonici, videochiamate, corrispondenza via email, scambio di materiali e documenti attraverso i moderni sistemi di condivisione online.

Le riunioni sono organizzate utilizzando la piattaforma Google Meet o simili, e qualora in presenza si svolgono presso la sede della Regione del Veneto.

Il Gruppo di lavoro deve essere caratterizzato da un approccio organizzativo flessibile e dovrà comprendere almeno le seguenti figure:

- **Capo progetto:** n.1 capo progetto con almeno 10 anni di esperienza documentata in piani o progetti di comunicazione di organizzazioni complesse, di cui almeno n.8 nel contesto di programmi o progetti attivati da enti o soggetti pubblici, con responsabilità

della gestione complessiva del servizio e del gruppo di lavoro e della verifica puntuale dell'avanzamento delle attività e del presidio delle tempistiche di esecuzione e delle scadenze concordate con la Regione Veneto;

- **Referente operativo:** n.1 account con almeno 5 anni di esperienza documentata in piani o progetti di comunicazione di organizzazioni complesse, di cui almeno n.3 nel contesto di programmi o progetti attivati da enti o soggetti pubblici, con responsabilità dell'avanzamento, della gestione e del coordinamento delle aree "Pianificazione, gestione e monitoraggio" ed "Eventi e incontri": con il compito di pianificare, gestire e monitorare le attività delle suddette aree, e coordinamento diretto con la Regione Veneto;
- **Referente operativo:** n.1 account con almeno 5 anni di esperienza documentata in piani o progetti di comunicazione di organizzazioni complesse, di cui almeno n.3 nel contesto di programmi o progetti attivati da enti o soggetti pubblici, con responsabilità dell'avanzamento, della gestione e del coordinamento delle aree "Immagini e servizi fotografici", "Campagne pubblicitarie", "Video e prodotti multimediali": con il compito di pianificare, gestire e monitorare le attività delle suddette aree, e coordinamento diretto con la Regione Veneto;
- **Addetto Comunicazione:** n.1 account con almeno 5 anni di esperienza documentata in piani o progetti di comunicazione di organizzazioni complesse, di cui almeno n.3 nel contesto di programmi o progetti attivati da enti o soggetti pubblici. Per questo profilo è richiesta una figura a tempo pieno (36 ore settimanali), a disposizione della Regione Veneto per tutta la durata del servizio, con compiti, a titolo indicativo e non esaustivo, di: aggiornamento degli strumenti web e social; supporto nell'organizzazione degli eventi; verifica dei prodotti di comunicazione;
- **Analista esperto reportistica e monitoraggio:** n.1 addetto comunicazione con almeno 5 anni di esperienza documentata in piani o progetti di comunicazione di organizzazioni complesse, di cui almeno n.3 nel contesto di programmi o progetti attivati da enti o soggetti pubblici, figura specializzata nell'elaborazione di report e documenti di monitoraggio, con il compito di coordinare, produrre e verificare la reportistica a supporto del servizio;
- **Grafico:** n.1 grafico con almeno 5 anni di esperienza documentata in piani o progetti di comunicazione di organizzazioni complesse, di cui almeno n.3 nel contesto di programmi o progetti attivati da enti o soggetti pubblici; con il compito di realizzare i materiali grafici di tutti i prodotti previsti dal servizio;
- **Sviluppatore video:** n.1 sviluppatore con almeno 5 anni di esperienza documentata in piani o progetti di comunicazione di organizzazioni complesse, di cui almeno n.3 nel contesto di programmi o progetti attivati da enti o soggetti pubblici; con il compito di coordinare la realizzazione dei prodotti multimediali, dalla fase di definizione (moodboard e script), fino alla fase di produzione, ottimizzazione, test e pubblicazione;
- **Web e social manager:** n.1 web e social manager con almeno 7 anni di esperienza documentata in piani o progetti di comunicazione di organizzazioni complesse, di cui almeno n.5 nel contesto di programmi o progetti attivati da enti o soggetti pubblici; con il compito di presidiare l'area Strategia web e social, lo sviluppo tecnologico degli strumenti web e la gestione dei canali social;
- **Web developer and producer:** n.1 web developer and producer con almeno 5 anni di esperienza documentata in piani o progetti di comunicazione di organizzazioni

complesse, di cui almeno n.3 nel contesto di programmi o progetti attivati da enti o soggetti pubblici; con il compito dello sviluppo tecnologico degli strumenti web;

- **Copy writer e social media manager:** n.2 copywriter and social media manager con almeno 5 anni di esperienza documentata in piani o progetti di comunicazione di organizzazioni complesse, di cui almeno n.5 nel contesto di programmi o progetti attivati da enti o soggetti pubblici; con compiti di pianificazione ed elaborazione dei testi e di aggiornamento dei canali web e social;
- **Addetto stampa:** n.1 addetto stampa con almeno 10 anni di esperienza documentata in piani o progetti di comunicazione di organizzazioni complesse, di cui almeno n.5 nel contesto di programmi o progetti attivati da enti o soggetti pubblici. La figura è legata all'organizzazione dell'output "Press tour".

2.1 - Costi del servizio

L'indagine di mercato è predisposta per la realizzazione del servizio, i cui costi sono quantificati a corpo, in maniera omnicomprensiva.

Tra i costi sono comprese anche le spese inerenti la gestione ed il coordinamento del servizio nonché le spese di consegna e trasporto di materiali e per gli spostamenti di persone coinvolte a vario titolo nell'esecuzione del servizio.

3 - Descrizione delle aree di attività del servizio

Si elencano le aree di attività, di seguito dettagliate:

- A1. Pianificazione, coordinamento e monitoraggio
- A2. Materiale grafico e iconografico
- A3. Video e prodotti multimediali
- A4. Comunicazione web e social
- A5. Campagne Pubblicitarie
- A6. Eventi e incontri
- A7. Pubblicazioni informative e materiali promozionali

1. Pianificazione, coordinamento e monitoraggio

Pianificazione

Il servizio comprende l'elaborazione dei documenti necessari alla progettazione e alla pianificazione delle attività.

Coordinamento

L'Operatore Economico deve assicurare la gestione e il coordinamento del Piano di comunicazione, a partire da quanto indicato dalla Strategia di comunicazione. L'area di attività prevede il coordinamento del Gruppo di lavoro e il mantenimento di un costante flusso di informazioni.

Riferimento fondamentale è rappresentato dall'Incontro di coordinamento mensile e dal relativo Report.

Monitoraggio

L'Operatore Economico deve assicurare il monitoraggio delle attività e dei risultati conseguiti nell'attuazione del servizio e realizzare le attività di indagine sul gradimento e sugli effetti del Piano di comunicazione.

L'Operatore Economico, inoltre, deve occuparsi della predisposizione e dell'aggiornamento costante di un quadro di monitoraggio da condividere online. Il quadro comprenderà indicatori di attività, di risultato e di impatto del Piano e sarà supportato da un'opportuna documentazione attestante il raggiungimento degli indicatori (es. insights e analytics originali per il monitoraggio social e web).

L'azione di monitoraggio comprende anche la realizzazione di apposite indagini nei confronti dei target di riferimento, sia per rilevare i risultati che gli impatti del Piano.

L'area prevede la realizzazione dei seguenti output:

a) Piano annuale delle attività: contiene il dettaglio delle attività la cui realizzazione è prevista per il primo anno solare oggetto del servizio, comprensivo di tempistiche di realizzazione, aree di attività interessate, risorse economiche da impiegare (a livello sia di attività che di singoli output o servizi), caratteristiche dei servizi e dei prodotti e relativi eventuali costi unitari, specifiche organizzative. Tutte le attività devono essere riepilogate in un cronoprogramma in forma tabellare, e devono essere in linea con gli obiettivi generali e specifici definiti dalla Strategia di comunicazione e con le normative nazionali e regionali in materiali di informazione e pubblicità, nel rispetto dei parametri di spesa stabiliti per le campagne pubblicitarie attivate da parte della pubblica amministrazione

b) Incontri di Coordinamento mensili: organizzazione dell'Incontro di Coordinamento a cadenza mensile. Dei 48 incontri previsti, 36 vengono svolti di norma in modalità a distanza. Gli incontri devono prevedere la presenza delle figure del Gruppo di lavoro coinvolte nelle attività in corso e la verifica e aggiornamento del cronoprogramma delle attività e del quadro di monitoraggio. L'output comprende anche l'elaborazione e il rilascio del relativo Report.

c) Relazione semestrale di esecuzione: elaborazione della Relazione dell'esecuzione del Piano, il documento deve riepilogare e descrivere gli output e le attività svolte e la relativa spesa sostenuta durante il periodo di riferimento, assumendo in questo senso una valenza rendicontativa.

d) Report annuale delle attività: elaborazione del report di attività del Piano da presentare al termine di ciascuna annualità, a scopo principalmente divulgativo. Il documento deve riepilogare e descrivere gli output realizzati nel quadro del Piano annuale delle attività, corredato da apposite grafiche e immagini. Il report comprende un capitolo con i principali dati di monitoraggio dell'anno e il GANTT del Piano annuale delle attività aggiornato alla chiusura dell'annualità.

e) Report Conclusivo delle attività: elaborazione del report conclusivo delle attività del servizio, il documento ha lo scopo di descrivere gli output e le attività realizzati per l'esecuzione del Piano nell'arco dei 48 mesi di servizio. Il report deve comprendere

approfondimenti sulle iniziative più rilevanti e un capitolo dedicato alle lezioni apprese e alle raccomandazioni future.

f) Indagine sul Piano: realizzazione di un'indagine conclusiva sui risultati e gli effetti del Piano di comunicazione, per ciascuno dei tre principali target (cittadinanza, beneficiari e potenziali beneficiari, portatori d'interesse). L'indagine deve essere realizzata con i principali strumenti della ricerca sociale dei sondaggi di opinione (metodi CATI, CAWI, MAWI, focus group), a seconda del target.

g) Indagini sugli strumenti del Piano: realizzazione di quattro indagini sugli strumenti e sulle iniziative del Piano di comunicazione (come ad esempio: canali social, sito web, mailing mirato). Si tratta di indagini specifiche mirate a fornire elementi utili alla fase di esecuzione del Piano.

Output richiesti		
a	Piano annuale delle attività	4
b	Incontri di Coordinamento mensili	48
c	Relazione semestrale di esecuzione	8
d	Report annuale delle attività	4
e	Report conclusivo delle attività	1
f	Indagine sul Piano	1
g	Indagini sugli strumenti del Piano	4

A2. Materiale grafico e iconografico

Il servizio prevede la realizzazione di prodotti e servizi a supporto del Piano di comunicazione. Si tratta di attività "strumentali" mirate a supportare l'esecuzione delle attività previste dalle diverse aree, attraverso la produzione di immagini e linee grafiche coordinate.

L'area prevede la realizzazione dei seguenti output:

a) Database immagini: realizzazione di una repository online, per la gestione e la condivisione delle immagini del PSR. La ricerca delle immagini sarà principalmente di tipo visuale e attraverso tag.

b) Acquisto di un set di immagini da banche dati: acquisto di un set di n.200 immagini inerenti all'agricoltura e allo sviluppo rurale da banche dati, prevedendo il diritto di utilizzazione e reimpiego delle immagini tramite autorizzazione/licenza d'uso illimitata.

c) Realizzazione di un set di immagini originali: realizzazione di un set di n.200 scatti originali inerenti all'agricoltura e allo sviluppo rurale, prevedendo il diritto di utilizzazione e reimpiego delle immagini tramite autorizzazione/licenza d'uso illimitata. Tutte le immagini devono ritrarre soggetti del territorio della Regione del Veneto.

d) Servizi fotografici per campagne: realizzazione di n.4 servizi fotografici professionali dedicati a campagne pubblicitarie o altre attività del Piano, da realizzare in studio e/o in location.

e) Infografiche statiche: realizzazione di n.8 infografiche statiche su temi relativi allo sviluppo rurale; le infografiche fanno uso di icone ed elementi grafici e sono realizzate con lo scopo principale di essere pubblicate e condivise sul web e sui social media del PSR.

f) Card social: realizzazione di n.24 social card da utilizzare sia per l'attività organica dei social media, che per le campagne digital a pagamento. Le card devono ispirarsi ai format più usati nel mondo dei social media e prevedere la strutturazione "a carosello" dei contenuti sia di tipo grafico che iconografico.

g) Progettazione e realizzazione banner per campagne: ideazione della creatività ed elaborazione grafica e iconografica di tutti i banner (es. per siti web) necessari per la realizzazione delle relative campagne pubblicitarie.

h) Progettazione e realizzazione inserzioni campagne stampa: ideazione della creatività ed elaborazione grafica e iconografica di tutte le inserzioni (es. per giornali e riviste) necessarie per la realizzazione delle relative campagne pubblicitarie.

i) Manuale di immagine coordinata: realizzazione di un manuale d'uso per la definizione dell'immagine coordinata degli interventi regionali per lo sviluppo rurale per il periodo di programmazione 2023-2027. Il documento deve comprendere l'elaborazione di un logo originale, nel rispetto delle normative europee per l'uso dei loghi istituzionali e degli obblighi di informazione nel quadro della nuova Politica agricola comune. Il manuale comprende anche le diverse declinazioni e applicazioni del logo e delle linee grafiche per tutti i principali supporti, materiali e digitali.

Output richiesti		
a	Database immagini	1
b	Acquisto di un set di immagini banche dati	1
c	Realizzazione di un set di immagini originali	1
d	Servizi fotografici per campagne	4
e	Infografiche statiche	8
f	Card social	24

g	Progettazione e realizzazione banner per campagne	1
h	Progettazione e realizzazione inserzioni per campagne	1
i	Manuale di immagine coordinata	1

A3. Video e prodotti multimediali

L'area di attività consiste nell'ideazione, produzione e diffusione di materiali multimediali e audiovisivi. I materiali devono rispondere ai massimi standard richiesti dal punto di vista ideativo, editoriale e tecnico e devono poter essere riprodotti attraverso tutti i principali canali possibili (televisione, radio, web).

In particolare i prodotti multimediali e audiovisivi, pensati anche per la comunicazione digitale e la diffusione online, devono essere realizzati in modo da rispondere ai più recenti standard tecnologici e seguire gli sviluppi del settore digital.

L'esecuzione comprende tutte le fasi di realizzazione: elaborazione creatività/concept, moodboard, script, montaggio, successive release, post-produzione e ottimizzazione.

Tutti i prodotti devono essere realizzati in formati adatti sia alla proiezione in grandi ambienti, che alla fruizione sul web e sui social media.

L'area prevede la realizzazione dei seguenti output:

a) Video e prodotti multimediali: realizzazione di n.12 video e prodotti multimediali della durata massima di minuti 10 di carattere istituzionale e informativo, per descrivere le attività, gli obiettivi, i risultati, gli effetti delle politiche di sviluppo rurale. Il prodotto prevede: riprese originali, video da banche dati, animazioni grafiche.

I video sono utilizzati in particolare in occasione di eventi e per la diffusione sul web e canali social.

L'output può anche consistere in altri prodotti, a titolo esemplificativo e non esaustivo
Webdoc: realizzazione di un racconto digitale in forma ibrida che utilizza contenuti testuali, grafici, fotografici, video e animazioni, attraverso un'interfaccia dinamica (parallax scrolling) che conduca l'utente attraverso lo svolgersi della storia.

Infografiche animate: realizzazione di infografiche animate e data-visualization, che illustrino in modo dinamico contenuti relativi allo sviluppo rurale, anche attraverso l'utilizzo di dati. Le infografiche devono utilizzare icone ed elementi grafici e sono finalizzate alla pubblicazione e condivisione e sul web e sui social media del PSR.

b) Video interviste: realizzazione di n.20 interviste ad esperti e beneficiari del programma, devono comprendere sia riprese statiche, sia riprese dinamiche (soggetto intervistato in movimento), attraverso l'utilizzo di adeguata e professionale attrezzatura. L'attività deve comprendere tutti i costi organizzativi e di trasferta.

c) Video spot: realizzazione di n.4 spot pubblicitari che prevedono sia riprese in studio che in esterno, anche con l'impiego di attori e comparse. Gli spot devono veicolare i valori e gli obiettivi della politiche agricole e dello sviluppo rurale del PSR Veneto, specialmente nei confronti del grande pubblico. Gli spot sono utilizzati per campagne televisive, per campagne digital e per la diffusione attraverso i canali web e social del programma.

Output richiesti		
a	Video e prodotti multimediali	12
b	Video interviste	20
c	Video spot	4

A4. Comunicazione web e social

Il servizio prevede la gestione complessiva della comunicazione internet attraverso il presidio tecnico e redazionale degli strumenti esistenti e in uso da parte della Regione Veneto (sito del PSR Veneto, sistemi di mailing mirato e canali social). L'area comprende anche la realizzazione, la manutenzione e l'aggiornamento di nuovi strumenti per la comunicazione digital. L'Operatore Economico deve gestire in maniera coordinata tutti gli strumenti, elaborando specifiche strategie e tenendo in considerazione anche le collaborazioni in essere con il portale istituzionale e i canali social gestiti dalla Regione del Veneto e con i principali siti web di settore.

I costi e la gestione dei nuovi strumenti (manutenzione, housing, hosting e registrazione di domini) sono a carico dell'Operatore Economico.

Tutti gli strumenti devono rispettare gli obblighi di legge in materia di accessibilità.

Gli strumenti a disposizione del Piano di comunicazione, che sono oggetto del servizio, sono i seguenti:

- Sito web PSR Veneto www.psrveneto.it
- Profilo Facebook <https://www.facebook.com/psrveneto/>
- Profilo Twitter https://twitter.com/PSR_Veneto
- Profilo Instagram <https://www.instagram.com/psrveneto/>
- Canale Youtube https://www.youtube.com/channel/UC1pC53qvmBV106epVoRQ_wg
- Piattaforma di mailing (accesso dedicato) www.mailup.it

L'area prevede la realizzazione dei seguenti output:

a) Gestione tecnica e redazionale dei contenuti web e social

L'Operatore Economico deve assicurare il presidio e l'aggiornamento, sia dal punto di vista tecnico che dei relativi contenuti, in maniera continuativa, degli strumenti web e social, in particolare le principali attività richieste all'Operatore Economico consistono in:

1. Invio DEM (Comunicazioni al Partenariato e Segnalazioni alla Rete)
2. Editing, ricerca iconografica, impaginazione ed invio Newsletter Sviluppo Rurale
3. Editing, ricerca iconografica e pubblicazione di Notizie dei siti;
Pubblicazione di video e altri prodotti multimediali attraverso il CMS dei siti;

4. Montaggio e pubblicazione di brevi video su Storie di Sviluppo Rurale;
5. Manutenzione grafica ed elaborazione di contenuti di tipo grafico sia per il sito che per i canali social;
6. Creazione di nuove pagine secondo le funzionalità esistenti previste dal CMS del sito PSR (es. pagina "evento");
7. Gestione, aggiornamento e modifiche delle aree esistenti;
8. Gestione, aggiornamento e modifiche della homepage (area slider; stripe content);
9. Elaborazione post, presidio e aggiornamento dei canali social;
10. Report finale con andamento giornaliero/mensile e i risultati ottenuti dagli strumenti web e social (analytics e insights relativi ad accessi, visualizzazioni, referral, interazioni, ecc.).

L'Operatore Economico deve garantire il monitoraggio dei risultati ottenuti dal sito web e dai profili social, attraverso i principali strumenti di rilevazione disponibili, e deve fornire semestralmente un aggiornamento sugli analytics e gli insights degli strumenti esistenti.

L'output consiste in un insieme di attività continuative, la cui esecuzione viene verificata sulla base della relativa Relazione semestrale e corrisponde a n.8 output (2 per ogni annualità del servizio).

b) Azioni di sviluppo del sito web psrveneto.it

L'output comprende n. 3 azioni di sviluppo del sito web allo scopo di garantire la necessaria evoluzione funzionale dello strumento, attraverso la realizzazione di una nuova area oppure nella sostituzione di un'area esistente con una nuova versione della stessa.

Tali azioni comprendono:

- Studio e definizione della struttura
- Riversamento contenuti e revisione link
- Ingegnerizzazione e sviluppo
- Operazioni di test e debug
- Pubblicazione online

c) Creazione e sviluppo nuovo sito web per politica di sviluppo rurale

Progettazione, realizzazione e messa online di un nuovo sito web dedicato alla politica di sviluppo rurale messa in atto dalla Regione del Veneto, anche con particolare riferimento alla programmazione 2023-2027.

Il nuovo sito deve prevedere, a titolo indicativo e non esaustivo, almeno le seguenti aree e funzionalità:

- homepage
- aree di presentazione
- area obiettivi
- area interventi
- area press
- area buone pratiche
- area news
- area eventi
- area avanzamento
- area Partenariato
- form iscrizione servizi di mailing
- form di contatto

d) Manutenzione, gestione hosting, housing e rinnovo servizi

L'output riguarda la manutenzione tecnologica degli strumenti e la gestione dei servizi di hosting e housing del sito web del PSR e del nuovo sito.

e - Analisi di posizionamento SEO

Il servizio prevede la realizzazione di n. 4 analisi di posizionamento, mirate ad ottimizzare e posizionare opportunamente gli strumenti web del PSR Veneto sui principali motori di ricerca.

Output richiesti		
a	Gestione tecnica e redazionale dei contenuti web e social (semestrale)	8
b	Azioni di sviluppo del sito web	3
c	Creazione e sviluppo nuovo sito web per politica di sviluppo rurale	1
d	Manutenzione, gestione hosting, housing e rinnovo servizi	1
e	Analisi di posizionamento SEO	4

A5. Campagne Pubblicitarie

Si precisa che la descrizione di questa area di attività viene inserita al solo scopo di fornire una visione complessiva del servizio. Pertanto per questa area, non è richiesta la formulazione di un preventivo da parte dell'operatore economico.

L'area di attività comprende la pianificazione e l'acquisto di spazi pubblicitari e inserzionistica sui principali mass-media pianificati e categorizzati secondo queste tre principali tipologie:

- stampa regionale e nazionale (avvisi cartacei e banner online su testate giornalistiche);
- radio e televisioni (spot e speciali "redazionali" su emittenti radiotelevisive);
- altre forme di pubblicità (es. campagne digital come sponsorizzazioni su social media, campagne SEM; campagne banner su siti che non sono testate giornalistiche, affissioni e cartellonistica, campagne nei cinema, ecc.);

La spesa complessiva prevista per tale area di attività deve corrispondere ad € 500.000,00 euro (IVA inclusa) e comprende i costi di gestione non superiori al 10% della spesa complessiva.

Le attività di pianificazione pubblicitaria devono in ogni caso rispettare le normative nazionali in materia di pubblicità da parte delle pubbliche amministrazioni (in particolare le soglie previste dal Dlgs n.177 del 31/7/2005, Testo unico della radiotelevisione ed eventuali successivi provvedimenti e s.m.i.) e le disposizioni regionali in materia di "spese per

pubblicità istituzionale”. In fase di attuazione tali attività vanno evidenziate all’interno del Piano annuale delle attività e le risorse pertinenti devono essere quantificate nel rispetto delle soglie annuali previste dalle normative. Ogni singola campagna approvata deve in ogni caso rispettare le soglie previste dalle normative.

Le attività pubblicitarie riguardano a titolo esemplificativo e non esaustivo: campagne istituzionali di promozione del fondo FEASR, delle politiche di sviluppo rurale e dei loro obiettivi e risultati; campagne a sostegno delle opportunità offerte dal programma rivolte a beneficiari e potenziali beneficiari; campagne di sensibilizzazione rispetto i temi delle priorità e degli obiettivi del programma; campagne a sostegno di attività previste dal Piano di comunicazione.

A6. Eventi e incontri

L’area consiste nella pianificazione e organizzazione di eventi, incontri, seminari e altre tipologie di attività mirate alla comunicazione diretta con i target di riferimento. L’Operatore Economico deve prevedere la gestione completa di ogni attività durante tutte le sue fasi e per tutti gli aspetti organizzativi: selezione delle location, sopralluoghi, verifica della presenza e del funzionamento delle attrezzature tecniche, attivazione di servizi accessori, allestimento, trasporto e distribuzione di materiali, servizio di accoglienza, assistenza a relatori e presentatori, ospitalità e trasporti, attività di monitoraggio e indagine.

Caratteristiche generali degli output

Iscrizione online e DEM

La partecipazione agli eventi è in ogni caso assicurata attraverso sistemi di iscrizione online gestiti dall’Operatore Economico e supportato da un apposito servizio di Direct Email Marketing.

Sistemi di interazione

A supporto degli eventi, sia in presenza che in remoto, sono attivati adeguati sistemi di interazione online, per sondaggi in tempo reale e per rilevazioni di gradimento post-evento.

Rilevazione e Report di gradimento

Tutti gli eventi prevedono la produzione e consegna di un Report di gradimento entro 30 giorni dallo svolgimento, sulla base di un’apposita rilevazione.

Modalità “Webinar”

Per tutte le tipologie di evento, in caso di modalità webinar sono previsti i seguenti requisiti:

- utilizzo di una piattaforma dalle caratteristiche tecniche adeguate, specialmente per assicurare un adeguato supporto di banda in base al numero dei partecipanti richiesti (panelist ed attendees);
- assistenza tecnica prima, durante e dopo l’evento, attraverso figure dedicate al supporto tecnico e alla regia dell’evento, che assicureranno il contatto e la preparazione dei panelist per l’utilizzo della piattaforma;
- personalizzazione dell’ambiente di lavoro con le linee grafiche del PSR Veneto;
- sistema di registrazione online e di monitoraggio della partecipazione e la possibilità di visualizzare e scambiare documenti e materiali multimediali.

- produzione di un report di monitoraggio sull'andamento della partecipazione da presentare entro i 30 gg successivi alla realizzazione dell'evento.

L'area prevede la realizzazione dei seguenti output:

a) Incontri informativi sulle politiche di sviluppo rurale

Si tratta di n. 11 eventi (di cui n.3 in modalità "webinar") finalizzati all'informazione e al coinvolgimento prevalentemente dei beneficiari e potenziali beneficiari e/o dei soggetti economici, istituzionali, sociali e ambientali che fanno parte del partenariato che partecipa allo svolgimento della politica agricola e dello sviluppo rurale regionale.

Modalità in presenza

Per gli eventi in presenza sono richiesti:

- reperimento sala per n.150 - 200 partecipanti;
- servizio di accoglienza, registrazione, distribuzioni materiali e supporto in sala;
- connessione internet di servizio;
- strumentazione tecnica per riproduzione di presentazioni, video e collegamenti esterni;
- registrazioni audio e video e supporto tecnico;
- report fotografico professionale a supporto;
- gestione dei relatori e delle presentazioni;
- impaginazione e stampa programma;
- servizio di trasporto, vitto e alloggio per relatori esterni;
- gestione di giornalisti e mezzi di comunicazione;
- interviste a relatori ed ospiti dell'evento;
- diretta streaming;
- welcome coffe o coffee break per n.4 eventi;
- pranzo di lavoro / buffet per n.1 evento;

Se in modalità webinar: partecipazione e gestione di almeno n.20 panelist che interagiscono in modalità video, audio e testuale; partecipazione e gestione di almeno n.200 attendees che interagiscono in modalità audio e testuale; diretta streaming su social e/o sito.

b) Comitato di sorveglianza e monitoraggio

Si tratta dell'organizzazione di n.4 incontri di natura tecnica (di cui n.1 in modalità "webinar") convocati dall'Autorità di Gestione per documentare l'avanzamento del programma ed eventuali modifiche allo stesso; coinvolge i rappresentanti della Commissione europea, del Ministero per le politiche agricole, agroalimentari e forestali e alcuni dei soggetti del partenariato economico, istituzionale, sociale ed ambientale.

Modalità in presenza

Per gli eventi in presenza sono richiesti:

- reperimento sala per n. 50 partecipanti;
- servizio di accoglienza, registrazione, distribuzione materiali e supporto in sala;
- connessione internet di servizio;
- strumentazione tecnica per riproduzione di presentazioni, video e collegamenti esterni; registrazioni audio e video e supporto tecnico;
- eventuale servizio di trasporto, vitto e alloggio per relatori esterni;

- servizio di interpretariato per n.3 incontri in presenza;
- servizio di ristoro per i partecipanti (welcome coffee o coffee break; pranzo di lavoro) per n.3 incontri in presenza;

Se in modalità webinar: partecipazione e gestione di almeno n.50 panelist che interagiscono in modalità video, audio e testuale; partecipazione e gestione di almeno n.20 attendees che interagiscono in modalità testuale.

c) Seminari e workshop tematici

Organizzazione di n.8 seminari o workshop (di cui n.4 in modalità “webinar”) dedicati a temi individuati dal Committente. Il tipo di evento ha principalmente finalità tecnico-informative ed eventualmente può prevedere il coinvolgimento attivo di una parte dei partecipanti, a seconda delle tematiche e della tipologia di destinatari.

Modalità in presenza

Per gli eventi in presenza sono richiesti:

- reperimento sala per n. 50 partecipanti;
- servizio di accoglienza, registrazione, distribuzione materiali e supporto in sala;
- connessione internet di servizio;
- strumentazione tecnica per riproduzione di presentazioni, video e collegamenti esterni; registrazioni audio e video e supporto tecnico;
- servizio di trasporto, vitto e alloggio per relatori esterni;
- servizio di ristoro per i partecipanti (welcome coffee o coffee break; pranzo di lavoro);
- interviste a relatori ed ospiti dell’evento.

Se in modalità webinar: partecipazione e gestione di almeno n.50 panelist che interagiscono in modalità video, audio e testuale.

d) Press tour

Si tratta di n.1 evento dedicato alla stampa (Press tour), finalizzato alla diffusione dei risultati del programma attraverso la visita dei beneficiari e l’esperienza diretta degli interventi finanziati.

L’evento deve essere organizzato con l’obiettivo di coinvolgere direttamente almeno n.8 giornalisti di testate nazionali e/o locali (di cui almeno n.4 di giornalisti di testate nazionali), L’evento si svolge in modalità itinerante per la durata minima di n.3 giorni e n.2 notti.

L’Aggiudicatario deve condividere con il Committente obiettivi, temi e caratteristiche dell’evento e presentare le proposte logistiche e organizzative, oltre a gestire tutti gli aspetti di contatto e accoglienza.

Per l’evento è richiesto:

- coinvolgimento di almeno n.8 giornalisti partecipanti;
- servizio di accoglienza, distribuzioni materiali e supporto tecnico-logistico;
- report fotografico professionale;
- elaborazione contenuti, impaginazione e stampa della guida all’evento
- servizio di vitto, alloggio e trasporto dei partecipanti;
- eventuali spese di viaggio dei partecipanti per raggiungere l’evento
- omaggio ai partecipanti

- supporto tecnico di almeno n.2 componenti del Gruppo di lavoro
- supporto tecnico di almeno n.2 tecnici regionali

Output richiesti		
a1	Incontri informativi sulle politiche di sviluppo rurale in presenza	8
a2	Incontri informativi sulle politiche di sviluppo rurale in webinar	3
b1	Comitati di sorveglianza e monitoraggio in presenza	3
b2	Comitati di sorveglianza e monitoraggio in webinar	1
c1	Workshop tematici in presenza	4
c2	Workshop tematici in webinar	4
d	Press Tour	1

A7. Pubblicazioni informative e materiali promozionali

La presente area comprende la progettazione, realizzazione e consegna di pubblicazioni e materiali promozionali a supporto delle attività del Piano.

L'area prevede la realizzazione dei seguenti output:

a) Banner roll-up

Progettazione, realizzazione e consegna di n.8 banner roll-up da utilizzare a supporto degli eventi. I banner devono riportare le linee grafiche previste dal Piano di Comunicazione.

Caratteristiche principali:

- materiale: alluminio/poliestere
- tipologia: base autoportante, avvolgibile
- dimensioni: min. 80X200 cm
- borsa per trasporto

b) Pannellature per eventi

Progettazione, realizzazione, consegna e trasporto in occasione di eventi di n.6 pannellature autoportanti in forex, per uso interno ed esterno, da utilizzare a supporto degli eventi. Le pannellature devono riportare le linee grafiche previste dal Piano di Comunicazione.

Caratteristiche principali:

- materiale: plastico tipo forex
- spessore: min. 5 mm
- tipologia: base autoportante
- dimensioni: min. 200X200 cm

c) Set cartelline

Progettazione, realizzazione, stampa a colori e consegna di un set di cartelline composto di n.2000 copie da utilizzare a supporto degli eventi. Le cartelline devono riportare le linee grafiche previste dal Piano di Comunicazione.

Caratteristiche principali:

- formato: adatta per fogli A4
- materiale: carta 300g patinata opaca
- stampa: quadricromia

d) Depliant informativo

Progettazione, realizzazione, stampa a colori di n.2.000 copie e consegna di n.1 depliant da utilizzare a supporto degli eventi e per la distribuzione presso i target. Il depliant deve riportare le linee grafiche previste dal Piano di Comunicazione.

e) Brochure divulgativa

Progettazione, realizzazione, stampa a colori di n. 2.000 copie e consegna di n.1 brochure divulgativa da utilizzare a supporto degli eventi e per la distribuzione presso i target. La brochure, che si compone indicativamente di n.100 pagine formato A4, deve riportare le linee grafiche previste dal Piano di Comunicazione.

f) Gadget

Progettazione, realizzazione e consegna di n.2 gadget promozionali in n.1.000 esemplari complessivi da utilizzare a supporto degli eventi e per la distribuzione presso i target. I gadget devono riportare le linee grafiche previste dal Piano di Comunicazione.

Output richiesti		
a	Banner roll-up	8
b	Pannellature per eventi	6
c	Set cartelline	1 (da 2000 copie)
d	Depliant informativo	1 (da 2000 copie)
e	Brochure divulgativa	1 (da 2000 copie)
f	Gadget	2 (da 1000 pezzi)