

SERVIZI DI COMUNICAZIONE STRATEGICA

CAPITOLATO TECNICO

PREMESSA

Il sistema dei servizi per il lavoro e delle politiche attive è stato interessato nel corso degli ultimi anni da una serie di importanti riforme e investimenti da parte del decisore pubblico. Nell'ambito di tali riforme, si innesta il percorso di riorganizzazione del Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali (DL 75/2023, art.3 co.7 e 8) e la nascita di Sviluppo Lavoro Italia, Società che porta con sé l'esperienza, il know-how e i risultati di Italia Lavoro e di ANPAL Servizi nella realizzazione delle politiche attive, nazionali e regionali.

La Società si propone nel mercato del lavoro con un ruolo chiave, "cerniera" fra Stato e Regioni, stimolatrice di reti, fautrice di innovazione su metodologie, strumenti, conoscenze. Nel corso di questi anni la Società ha accompagnato il sistema dei servizi per il lavoro dell'intero Paese attraverso azioni di affiancamento e assistenza tecnica sia a livello di programmazione degli interventi sia nella fase implementativa, attraverso presidi nei centri per l'impiego italiani. Contestualmente ha operato per costruire e potenziare partnership stabili all'interno della filiera formativa, tra la filiera formativa e i servizi per il lavoro e tra queste e il mondo del lavoro, favorendo la collaborazione nell'ambito di specifiche filiere produttive e formative nonché per garantire la continuità e l'integrazione dei servizi rivolti alle persone (orientamento integrato) coerenti con i fabbisogni di competenze espressi dal sistema della domanda e per rafforzare la qualità dei servizi di orientamento e accompagnamento alla carriera professionale delle istituzioni formative di ogni ordine e grado.

Nella fase attuale, il ruolo della Società diventa ancora più sfidante: accrescere la qualità dei servizi erogati a cittadini e imprese, intervenendo su metodologie e strumenti innovativi, anche digitali, e potenziando le azioni di networking nazionali e territoriali.

Per attuare il processo di evoluzione del ruolo istituzionale e della mission della Società, diventa centrale l'apporto della "comunicazione", attraverso azioni di innovazione nei canali, negli strumenti e nei messaggi da veicolare, al fine di aumentare il grado di apertura e accessibilità a un target sempre più ampio di destinatari, favorire la conoscenza delle politiche del lavoro, consolidare il rapporto con i destinatari delle azioni da realizzare.

Alla luce di quanto esposto, risulta essenziale rafforzare l'organizzazione interna attraverso un presidio strutturato delle attività di comunicazione e valorizzazione in relazione agli eventi promossi dalla Società. In tale ambito, si intende attivare un servizio esterno di supporto operativo alla comunicazione, finalizzato a garantire una copertura professionale e tempestiva delle iniziative istituzionali, in coerenza con la strategia complessiva dell'Ente. Il servizio dovrà contribuire a migliorare la visibilità delle attività svolte, promuovere un'immagine coerente e riconoscibile, favorire una relazione più efficace con i destinatari e i media e rafforzare l'identità della Società.

1. DEFINIZIONE DELL'OGGETTO DELL'APPALTO

1.1 *Oggetto del servizio*

Oggetto del servizio è l'attività di supporto operativo alla comunicazione integrata della Società, da erogarsi in modo continuativo e strutturato lungo l'intero periodo contrattuale, in coerenza con la strategia istituzionale di comunicazione e nell'ambito delle Aree di seguito individuate.

Area 1 – Attività di supporto alla comunicazione in occasione della partecipazione ad eventi e/o della promozione di eventi che si svolgono al di fuori del comune di Roma (a consumo)

Le attività di quest'Area sono erogate in relazione agli eventi che hanno maggiore rilevanza istituzionale, generalmente coincidenti con quelli che prevedono la partecipazione del Presidente e Amministratore Delegato o comunque individuati e indicati dalla Società come tali. Sono ricomprese in quest'Area anche le attività connesse alle visite istituzionali svolte dal vertice della Società presso stakeholder privilegiati (ad es. presso Regioni).

Le attività sono riconducibili ai seguenti ambiti funzionali:

- **media relation:** supporto alla redazione e diffusione di comunicati stampa e note informative rivolte ai media nazionali e locali; supporto alla cura dei rapporti con giornalisti e redazioni; eventuale supporto nell'organizzazione di conferenze stampa e interviste, in raccordo con l'ufficio stampa della Società;
- **gestione dei canali social istituzionali:** supporto alla programmazione e pubblicazione di contenuti sui canali social della Società, personalizzati in base alla tipologia e al calendario degli eventi; supporto al presidio editoriale durante lo svolgimento degli eventi;
- **produzione di contenuti digitali multiformato:** supporto all'ideazione e realizzazione di materiali testuali, grafici, fotografici e audiovisivi da utilizzare prima, durante e dopo l'evento (ad es. post teaser e save-the-date, copertura in tempo reale, foto e video highlights, clip di restituzione, visual di sintesi);
- **valorizzazione post-evento:** supporto alla raccolta e sistematizzazione dei materiali prodotti (ad es. testi, immagini, video, rassegna stampa); supporto alla realizzazione di contenuti di restituzione e valorizzazione (ad es. brevi report visuali, caroselli, reel e/o articoli post-evento); supporto alla pubblicazione di contenuti in modalità asincrona a fini divulgativi, informativi e/o istituzionali.

L'Offerente dovrà presentare un listino prezzi unitari, articolato per tipologia di evento, proponendo per ciascuna tipologia un pacchetto di servizi di comunicazione ritenuti congrui e coerenti. A titolo esemplificativo, si citano le seguenti tipologie di eventi: conferenze stampa, tappe del truck tour dei servizi per il lavoro, visite istituzionali, partecipazioni a convegni, workshop, presentazioni istituzionali, eventi fieristici e/o promozionali.

L'attivazione delle singole prestazioni avverrà su richiesta della Società, in base al listino prezzi approvato e nei limiti del massimale complessivo di spesa previsto per l'Area 1, assicurando per ciascun evento coerenza editoriale e tempestività nell'erogazione dei servizi previsti.

Area 2 – Attività continuative e trasversali a supporto della comunicazione istituzionale (a corpo)

Le attività di quest'Area sono erogate in modo continuativo durante l'intero periodo contrattuale, a prescindere dai singoli eventi, con l'obiettivo di rafforzare l'efficacia, la coerenza e la pianificazione strategica della comunicazione istituzionale della Società.

Le attività, da erogarsi in coordinamento con la Committenza, includono:

- **supporto alla comunicazione in occasione della partecipazione ad eventi e/o della promozione di eventi che si svolgono nel comune di Roma:** per il dettaglio degli ambiti funzionali si rinvia a quanto specificato sopra (Area 1);
- **supervisione e assistenza nella produzione dei contenuti:** supporto alla redazione, revisione e standardizzazione di testi per materiali istituzionali, interventi, articoli, news, informative, ecc.;
- **supporto alla gestione e strategia dei canali social:** contributo alla definizione dei piani editoriali e dei format di comunicazione; supporto alla configurazione di strumenti per il monitoraggio delle performance e alla predisposizione di reportistica;
- **supporto alla progettazione di campagne promozionali:** assistenza nella pianificazione e realizzazione di azioni di visibilità, inclusa la definizione di parole chiave e target per campagne ADV sui canali social istituzionali (Facebook, Instagram, LinkedIn, X);
- **supporto alla progettazione di eventi e partecipazioni:** contributo all'ideazione dei format, anche digitali, sulla base dei target di riferimento e degli obiettivi comunicativi; sviluppo di proposte di partecipazione a trasmissioni e/o programmi televisivi e/o radiofonici dedicati ai temi di interesse della Società.

Per tali attività continuative, l'Offerente dovrà descrivere nel preventivo il presidio garantito e le modalità organizzative e operative previste, assicurando la piena integrazione con le azioni comunicative della Società.

Il corrispettivo relativo all'Area 2 è riconosciuto a corpo, per l'intera durata del contratto, senza possibilità di valorizzazioni aggiuntive.

Ulteriori servizi

La Società si riserva la possibilità di chiedere all'Aggiudicatario la prestazione di eventuali servizi ulteriori di supporto alla comunicazione istituzionale, che si rendessero utili e/o necessari nel corso del periodo di decorrenza del contratto. Per la remunerazione di tali servizi si farà riferimento a quanto previsto in merito al pagamento delle attività a consumo (Area 1), nel rispetto del massimale di cui al punto successivo.

1.2 Durata e importo del servizio

L'importo massimo complessivo del servizio, per l'intera durata del rapporto e da intendersi quale tetto di spesa non superabile, è pari a **euro 100.000,00 oltre IVA**.

Tale importo comprende:

- **Attività a consumo (Area 1):** erogate su richiesta della Società e rendicontate sulla base del listino prezzi per tipologia di evento presentato in sede di offerta, con un massimale dedicato di spesa pari a euro 30.000,00 oltre IVA;
- **Attività a corpo (Area 2):** erogate in modo costante nel corso dell'intero periodo contrattuale, **integralmente ricomprese nell'importo indicato e non soggette a ulteriore valorizzazione economica**, per un importo pari a euro 70.000,00 oltre IVA.

L'importo deve intendersi comprensivo di ogni onere che dovesse essere sostenuto dall'Affidatario per l'espletamento delle attività oggetto del presente capitolato, anche a titolo di spese viaggio e/o di trasferta.

Il contratto avrà una durata di **12 mesi**, decorrenti dalla data di accettazione da parte dell'Affidatario.

2. DESCRIZIONE E REQUISITI DEL SERVIZIO/FORNITURA

2.1 *Luogo di svolgimento delle attività richieste*

Nella fase di implementazione e gestione dei servizi oggetto del presente capitolato, il personale dedicato dell'Aggiudicatario dovrà operare in stretta collaborazione con la Società.

Una parte delle attività per l'esecuzione del contratto dovranno essere svolte in "situazione operativa" (ad es. luogo di svolgimento degli eventi) e/o presso le sedi di Sviluppo Lavoro Italia.

2.2 *Modalità di esecuzione*

Per l'intera durata del contratto, l'Affidatario dovrà impegnarsi a realizzare tutti i servizi previsti dal capitolato e a gestire le attività approvate, rispettando la tempistica indicata e condivisa.

Sviluppo Lavoro Italia ha necessità di interfacciarsi con un unico soggetto di riferimento, che fornisca assistenza tecnica per la realizzazione dei servizi di comunicazione, collaborando alla gestione dei processi e delle interconnessioni tra le diverse azioni, per ottenere risultati più efficaci ed efficienti sia dal punto di vista organizzativo che economico. Tale soggetto è il Project manager dell'Affidatario, che dovrà assicurare il massimo raccordo con la Società e dovrà svolgere il ruolo di referente unico per qualsiasi questione inerente alla realizzazione delle attività.

Fino al termine del contratto dovrà essere garantita la supervisione del Project manager.

2.3 *Personale impiegato e composizione del gruppo di lavoro dedicato*

L'Operatore dovrà organizzare un gruppo di lavoro dedicato alla realizzazione delle attività previste, composto dalle seguenti figure professionali:

N. di unità	Profilo	Descrizione del profilo
1	Project manager	Laureato con almeno 10 anni di esperienza in materia di comunicazione pubblica e relazioni in ambito pubblico e politico. Avrà funzioni di supervisione scientifica e metodologica della commessa e sarà responsabile nei confronti del Committente dell'avanzamento del servizio e dei risultati.
1	Esperto senior	Laureato con almeno 10 anni di esperienza in materia di comunicazione pubblica e comunicazione strategica, con funzioni di sviluppo progettuale e coordinamento organizzativo per lo svolgimento delle attività. Esperienza comprovata nella gestione di media relations in contesti pubblici e istituzionali.
1	Giornalista	Laureato o diplomato, iscritto all'Albo dei Giornalisti Professionisti, con almeno 5 anni di esperienza rispetto a comunicazione stampa e media relations in contesti pubblici e istituzionali.
1	Content creator / Digital editor	Laureato o diplomato, con almeno 5 anni di esperienza nella gestione dei canali social e nel settore web communication e social media marketing e nella redazione e adattamento di contenuti testuali e visual per canali digitali, social network e newsletter istituzionali. Capacità di produrre contenuti scritti brevi, copy, headline, articoli e testi multiformato.

3. MODALITÀ E TERMINI DI PAGAMENTO

L'Aggiudicatario emetterà **fattura con cadenza trimestrale**, articolata come segue:

- **Per le attività riconducibili all'Area 1**, la fatturazione avverrà **a consumo**, in base ai servizi effettivamente erogati nel periodo di riferimento, secondo le tipologie di evento e i corrispettivi unitari indicati nel listino prezzi presentato unitamente al preventivo.
Ciascuna fattura dovrà essere corredata da un **riepilogo analitico degli eventi supportati**, con indicazione della tipologia, della data di realizzazione e di una descrizione sintetica delle attività svolte.
- **Per le attività riconducibili all'Area 2**, la fatturazione avverrà **a corpo**, in quote costanti, nel rispetto del presidio e delle modalità organizzative dichiarate.
Per questa componente, ciascuna fattura dovrà includere un **report sintetico delle attività svolte nel periodo**.