



CAPITOLATO TECNICO

SERVIZI DI ANALISI DELLA WEB REPUTATION E DEI CANALI DI
COMUNICAZIONE E DI REALIZZAZIONE DI EVENTUALI CAMPAGNE DI
COMUNICAZIONE

INDICE

1. Premesse	pag. 3
2. Oggetto	3
3. Modalità di esecuzione dell'affidamento	4
4. Avvio delle attività e durata	8
5. Importo a base di gara	10
6. Modalità di valutazione dell'offerta	11
7. Penalità	13
8. pagamenti	14
9. Risoluzione del contratto	14

1. PREMESSE

Roma Servizi per la Mobilità S.r.l. statutariamente deputata a svolgere “funzioni di supporto a Roma Capitale, nonché servizi alle società partecipate in relazione alle esigenze di informazione e comunicazione in virtù del Contratto di Servizio in essere con Roma Capitale, cura i servizi di comunicazione istituzionale e di informazione di Roma Capitale in materia di mobilità pubblica e privata e fornisce supporto alle campagne/attività di comunicazione/informazione on line e sul territorio su richiesta di Roma Capitale, delle società del Gruppo e di eventuali soggetti terzi con modalità definite in specifici accordi, previa informativa al Dipartimento Mobilità Sostenibile e Trasporti di Roma Capitale”.

In quest’ottica RSM ha necessità di dar vita ad azioni di comunicazione istituzionale e di informazione tese a promuovere iniziative volte all’incentivazione del trasporto pubblico, della mobilità sostenibile e condivisa nella città di Roma oltre a presentare alla cittadinanza i servizi svolti da RSM, ivi comprese convenzioni e partnership con altre aziende, enti e istituzioni.

2. OGGETTO

Il presente documento ha per oggetto l’affidamento delle attività di ideazione delle campagne di comunicazione integrate e multicanale relativa alle iniziative che Roma Capitale - attraverso l’Assessorato alla Mobilità e il Dipartimento Mobilità Sostenibile e Trasporti - vuole intraprendere in merito ai temi connessi alla mobilità, ivi inclusi i servizi e le infrastrutture dei trasporti e analisi di web reputation.

L’obiettivo è quello di dare maggiore visibilità al piano di intervento sulla mobilità che Roma Capitale vuole attuare, aiutandosi anche con delle campagne di comunicazione mirate ed organiche, sensibilizzando la cittadinanza sulla necessità degli interventi e sulle ricadute future che questi porteranno sulla qualità della vita e dei trasporti della Capitale.

La strategia di comunicazione dovrà creare un ecosistema narrativo multiformato e multicanale che sia in grado di promuovere le progressive attuazioni del PUMS, costruendo un racconto significativo, coinvolgente e funzionale alla mobilità sostenibile e alla sostenibilità ambientale.

Oltre alla realizzazione delle campagne di comunicazione, l’affidatario dovrà svolgere, all’avviamento del rapporto di collaborazione, un’analisi della web reputation, delle argomentazioni a favore/contro il piano di sviluppo della mobilità che Roma Capitale sta attuando, anche attraverso il supporto di Rsm ovvero altre società che sviluppano il proprio business nel campo della mobilità. A questo si aggiunge un’analisi degli attuali canali di comunicazione di Rsm/Assessorato alla Mobilità e di quelli in fase di sviluppo. L’analisi dovrà guidare in modo puntuale le attività di progettazione, design e realizzazione dei contenuti di comunicazione e la loro diffusione sui diversi canali, in

modo da garantire la rispondenza con i bisogni informativi dei cittadini e la loro conseguente efficacia nel migliorare l'immagine percepita del sistema di comunicazione sulla mobilità.

L'affidamento riguarderà quindi una parte che sarà avviata con la riunione di kick-off a valle della firma del contratto e che riguarderà l'analisi di web reputation e l'analisi dei canali di comunicazione finalizzata ad individuare le migliori azioni di comunicazione da mettere in atto.

La parte successiva dell'incarico sarà regolata da ordinativi di acquisto che riguarderanno servizi di supporto continuativo e realizzazione di campagne di comunicazione. La prima campagna potrà riguardare eventualmente la nuova campagna di comunicazione sull'attuazione delle limitazioni al traffico veicolare nel perimetro della "ZTL - Fascia Verde".

Le campagne da realizzare comprenderanno tutte le attività di seguito indicate che potranno essere eseguite entro 36 mesi decorrenti dalla data di avvio del contratto, sulla base di specifici ordinativi di lavoro emessi da RSM.

Le prestazioni, come dettagliate al seguente punto 3, saranno quindi:

1. Analisi della web reputation e dei canali di comunicazione
2. Attività di supporto continuativa per 12 mesi (a consumo)
3. Eventuale realizzazione delle campagne di comunicazione di elevato impatto - attività a consumo a seconda delle necessità.

3. MODALITA' DI ESECUZIONE DELL'AFFIDAMENTO

3.1 Analisi della web reputation e dei canali di comunicazione.

L'analisi di assessment della reputation dovrà essere eseguita attraverso piattaforme specifiche che consentano di svolgere attività inerenti la strategia di monitoraggio e analisi quali-quantitativa per la valutazione dei temi, sentiment, canali e influencer.

Dovrà essere altresì svolta l'analisi dei canali "As Is" al fine di individuare elementi utili alla definizione della strategia di comunicazione. A titolo indicativo e non esaustivo andranno analizzati i siti web rispetto ai contenuti, le informazioni e le attività di comunicazione promosse sul sito web. Canali Social con particolare riferimento ai temi trattati, i format utilizzati, la composizione del messaggio anche rispetto all'efficacia dello stesso, il livello e la tipologia di engagement degli utenti.

Si passerà poi all'analisi SWOT facendo prima la proposta del piano di interventi e successivamente l'analisi swot di comunicazione.

Infine, con l'obiettivo di definire una nuova strategia di comunicazione, dovrà essere effettuata una analisi di posizionamento che metta in evidenza la sintesi degli obiettivi di comunicazione sulla mobilità e individui le ispirazioni e i valori da promuovere, messaggi e argomentazioni sui cui puntare e quindi sviluppare. Tale analisi dovrà essere affiancata con azioni di Content Strategy e Promotion Strategy attraverso l'individuazione di tematiche di maggiore interesse e delle tipologie di contenuto multiformato da declinare sui canali digitali e la loro pianificazione nel tempo.

3.2 Attività di supporto

Obiettivo dell'attività è il supporto a Rsm per 12 mesi dal kick-off. Tale attività consiste, sotto il coordinamento e le necessità di Rsm, nell'indirizzare e sostenere le attività di comunicazione di Rsm e di Roma Capitale, attraverso il supporto operativo eseguito da un team di lavoro da dimensionare in base alle esigenze specifiche di progetto.

Le attività che vengono richieste sono di seguito rappresentate:

Supporto creativo - Ideazione del concept, progettazione delle campagne di promozione multicanale e sviluppo del design e dei materiali di comunicazione multiformato per tutti i touch point secondo le strategie di comunicazione di Rsm.

Supporto contenuti - Supporto grafico e di copywriting nella produzione e gestione di contenuti di comunicazione secondo le strategie di comunicazione di Rsm.

Supporto Pianificazione social - Supporto per l'indirizzo strategico, la pianificazione editoriale periodica.

Monitoraggio e analisi KPI – Analisi dell'andamento delle attività di comunicazione con produzione di report e suggerimenti per il miglioramento delle iniziative di comunicazione. Produzione di KPI ogni 15 giorni (o tempo inferiore se richiesto da RSM in particolari periodi) con presentazione dei risultati in ppt e pdf indicando le azioni che verranno messe in atto le due settimane successive per migliorare le performance dei canali di comunicazione.

Confronto e collaborazione con personale interno – confronto e collaborazione continuativa con il personale interno per la condivisione delle metodologie di lavoro che può anche prevedere sessioni formative per trasferire competenze necessarie a svolgere le attività di elaborazione di contenuti di comunicazione e/o elaborazione di elementi grafici e/o publishing via CMS e di canali social. Il piano delle attività verrà definito con i responsabili di Rsm in base alle competenze interne disponibili e all'evolvere delle necessità.

Supporto nella realizzazione e divulgazione del **nuovo canale whatsapp di RSM** - progettazione del canale whatsapp con individuazione dei format da utilizzare in relazione alle informazioni che verranno postate e sponsorizzazione del canale per aumentare il numero dei follower.

Le singole attività di supporto saranno di volta in volta commissionate da RSM con esplicita richiesta di preventivo nella quale saranno indicati i servizi da erogare e le relative prescrizioni esecutive, i tempi ed eventualmente anche le singole figure professionali richieste.

L'appaltatore dovrà quindi presentare un proprio preventivo entro 3 giorni dalla richiesta di RSM, nel quale dovrà indicare le figure coinvolte ed il costo complessivo calcolato applicando i prezzi unitari di cui a successivo punto 5 al netto del ribasso unico percentuale quotato in sede di gara.

L'Appaltatore darà quindi esecuzione alle attività richieste a seguito di formale approvazione del preventivo da parte di RSM.

3.3 Realizzazione delle campagne di comunicazione di elevato impatto

L'affidatario dovrà eseguire tutte le attività di seguito indicate, nelle modalità e tempistiche ivi previste.

A. IDEAZIONE DEL CONCEPT E DEL FORMAT GRAFICO

L'Affidataria dovrà elaborare un concept creativo originale ed efficace, con un approccio motivazionale e incoraggiante, dalla forte connotazione culturale ed etica intorno al quale sviluppare il progetto affidato, e che risulti rappresentabile e declinabile nei vari strumenti di comunicazione, al fine di raggiungere i pubblici di riferimento e gli obiettivi strategici fissati dall'Amministrazione Capitolina.

Il fornitore dovrà altresì presentare, in coerenza con il suddetto messaggio, n° 3 proposte di claim, conciso, responsabilizzante, compreso anche lo sviluppo di payoff e body copy da applicare su specifici formati previsti dal piano media, del quale fanno parte, a titolo esemplificativo ma non esaustivo, la Piattaforma giornalistica di RSM, gli slot di infomobilità nella tv in metropolitana, il circuito affissioni di Roma Capitale, le testate giornalistiche locali cartacee e digitali, le emittenti televisive, i cinema, la cartellonistica stradale sia digitale che cartacea, le emittenti radiofoniche locali (cfr. punto C), compresa la declinazione sui prodotti ADV per la promozione sui canali digitali, web e social, di RSM e Roma Capitale.

I mezzi saranno individuati da Rsm e comunicati per singola campagna.

Il servizio dovrà essere presentato entro 30 gg lavorativi dalla richiesta.

Qualora le proposte non fossero conformi alle esigenze manifestate, il fornitore incaricato sarà tenuto ad una revisione delle stesse, da ultimarsi entro e non oltre 7 gg dalla consegna del debriefing a cura di RSM; sarà applicata una penale per l'eventuale ritardo.

B. IDEAZIONE DELLA CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE INTEGRATA

L'Affidataria dovrà inoltre predisporre la creatività della campagna attraverso l'ideazione di n° 3 proposte di visual (tra le quali sarà selezionato il progetto da sviluppare), corredate di specifico format grafico, in linea con l'identità istituzionale di Roma Capitale, ma dotato di personalità e alta riconoscibilità, in cui troveranno applicazione i claim proposti, in coerenza con il concept di cui al punto A).

Il team coinvolto dovrà partecipare a riunioni di raccordo con RSM, che potranno svolgersi anche on line, con una cadenza da definire in funzione dello svolgimento delle diverse azioni del progetto.

A titolo meramente indicativo le campagne potrebbero prevedere una prima azione di carattere sociale per far emergere il messaggio relativo alla collettività dell'azione posta in essere, per poi essere seguita da campagne successive che possono spiegare nel dettaglio alcuni aspetti salienti dei provvedimenti, dando informazioni su eventuali incentivi, deroghe e regole di funzionamento dei provvedimenti da comunicare.

A seguito di formale condivisione e approvazione da parte del management di RSM, si darà conferma finale affinché il fornitore proceda con la realizzazione dei file esecutivi definitivi e gli adattamenti previsti dal piano media.

L'attività in questione deve essere ultimata entro 30 gg dalla richiesta.

C. IDEAZIONE SPOT RADIO

L'Affidatario si occuperà della creatività dello spot radio e delle sue n° 3 declinazioni audio, attraverso l'ideazione del concept creativo, in linea con il messaggio ideato al punto A), e la stesura di n° 3 script che rappresentano i tre target individuati.

L'attività dovrà essere ultimata entro 10 gg dalla richiesta.

I concept e gli script ideati dovranno essere validati ed approvati da RSM. In caso di mancata approvazione di parte degli stessi, l'affidatario dovrà, senza oneri aggiuntivi, eseguire le eventuali revisioni richieste da RSM.

D. PRODUZIONE N. 3 SPOT RADIO

A seguito dell'approvazione della creatività e degli script di cui al precedente punto C) l'affidatario dovrà procedere alla produzione esecutiva dei 3 spot radio della durata di 30 sec cad., provvedendo a propria cura e spese:

- alla registrazione dei 3 spot, utilizzando 1 voice over (speaker) istituzionale per claim finale e 3 voice over (speaker) tutti selezionati a cura e spese dell'affidatario, previa condivisione con RSM;
- al mixaggio audio e musica degli spot;

- alle musiche royalties free con diritti per uso radiofonico.

Tale attività dovrà essere eseguita entro 10 gg dalla richiesta.

E. IDEAZIONE SPOT VIDEO

L'Affidatario si occuperà della creatività dello spot video e delle sue n° 3 declinazioni, attraverso l'ideazione del concept creativo, in linea con il messaggio ideato al punto A), e la stesura di n° 3 storyboard che rappresentano i tre target individuati.

L'attività dovrà essere ultimata entro 15 gg dalla richiesta.

I concept e gli storyboard ideati dovranno essere validati ed approvati da RSM. In caso di mancata approvazione di parte degli stessi, l'affidatario dovrà, senza oneri aggiuntivi, eseguire le eventuali revisioni richieste da RSM.

F. PRODUZIONE SPOT VIDEO

A seguito dell'approvazione della creatività e degli storyboard di cui al precedente punto E) l'affidatario dovrà procedere alla produzione esecutiva dei 3 spot video della durata di 30 sec cad., provvedendo a propria cura e spese:

- alla selezione di immagini e video da riprese e banca dati RSM o esterne;
- alla registrazione dei 3 voice over (speaker), utilizzando 1 voice over istituzionale per claim finale e 3 voice over per lo speech, tutti selezionati a cura e spese dell'affidatario, previa condivisione con RSM;
- al montaggio e post-produzione degli spot;
- alle musiche royalties free con diritti per uso nel circuito tv metropolitana, televisione e cinematografico.

Tale attività dovrà essere eseguita entro 10 gg dalla richiesta.

Le attività illustrate nei seguenti punti potranno essere eseguite anche in parallelo, in particolare l'ideazione dello spot radio e video e la realizzazione dello spot radio e video.

4. AVVIO DELLE ATTIVITA' E DURATA

Le attività descritte al paragrafo 3 verranno avviate secondo il seguente schema.

4.1 Analisi della web reputation e dei canali di comunicazione.

L'analisi dovrà essere avviata a partire dal kick off che si terrà entro un mese dalla firma del contratto e dovrà essere **conclusa entro 60 giorni**. Dovranno essere trasmessi i seguenti rapporti:

- Analisi di web reputation con consegna del documento di Analisi di web reputation
- Analisi Canali As con consegna del documento di Analisi as is
- Analisi SWOT con consegna del documento di analisi criticità e linee guida
- Strategia di Comunicazione con consegna del documento di strategia di comunicazione.

4.2 Attività di supporto continuativa

L'attività dovrà essere avviata a partire dal kick off che si terrà entro un mese dalla firma del contratto e dovrà essere **conclusa entro 12 mesi**. L'attività dovrà essere svolta con la formula time&material con rendicontazione delle giornate effettivamente lavorate a fine mese considerando con la presenza delle seguenti figure professionali:

- Key Account
- Senior Strategist
- Creative Director
- Content Specialist
- Data Analyst

4.3 Realizzazione delle campagne di comunicazione di elevato impatto

La prima attività potrebbe essere commissionata riguarda la realizzazione della campagna di comunicazione dell'area a bassa emissione ambientale per l'attuazione della fascia verde di Roma Capitale.

La comunicazione dei provvedimenti connessi all'attuazione della ZTL "Fascia Verde" nel suo complesso prevedrà una o più campagne di tipo sociale, una o più campagne di tipo informative e una o più campagne relative agli incentivi.

La campagna sociale dovrà rispondere ai seguenti requisiti:

Obiettivi: favorire il consenso nei riguardi delle misure ambientali;

Temi: sostenibilità ambientale; riqualificazione del territorio; qualità della vita;

Target: tutti i cittadini dell'Area Metropolitana;

Periodicità richiami periodici nell'anno con lanci su temi singoli («pillole»).

La campagna informativa dovrà rispondere ai seguenti requisiti:

Obiettivi: supportare le fasi attuative (segnaletica, varchi elettronici) assicurando informazione capillare e affidabile e promuovere l'adesione agli incentivi economici messi a disposizione;

Temi: generico sull'intervento complessivo; specifici per ogni fase attuativa (installazione segnaletica; annullamento permessi; attivazione varchi; attivazione piattaforma incentivi); specifici sull'appetibilità degli incentivi

Target: Destinatari degli interventi restrittivi e destinatari degli incentivi

Periodicità secondo necessità, in coerenza con il cronoprogramma attuativo degli interventi e con gli esiti dei monitoraggi di efficacia.

La progettazione della **campagna incentivi** è strettamente condizionata dalla tipologia degli incentivi che di anno in anno verranno declinati.

In particolare questa campagna, a differenza della campagna sociale e delle altre campagne informative su confini, giorni e orari di vigenza dei divieti, ecc. ecc., si rivolge a target specifici per i quali sarà prevista verosimilmente una campagna multisoggetto e azioni di comunicazione mirate, utilizzando sia spazi e canali di tipo pubblicitario sia azioni 'direct' profilate in base ai diversi target.

Le campagne saranno veicolate tramite i seguenti mezzi:

- canali istituzionali di RSM e Roma Capitale
- testate on line
- Radio e Tv a diffusione estesa all'area Area Metropolitana
- Sale cinema
- Impianti di affissione pubblicitaria su strade e autostrade di accesso a Roma
- campagne display mobile
- Attività di media relation e PR
- Azioni sul territorio (es. disseminazione materiale cartaceo, allestimenti in occasione di eventi)
- Azioni direct su target specifici (campagna incentivi)

5. IMPORTO DELL'APPALTO

L'importo complessivo massimo dell'appalto è pari a **508.750** euro:

L'importo complessivo suddetto è come di seguito distribuito.

- Per le attività descritte al **punto 3.1** verrà riconosciuto un importo al netto del ribasso pari a **35.000 euro** e la durata massima dovrà essere di 60 giorni dal kick-off che seguirà alla firma del contratto.
- Per le attività descritte al **punto 3.2** verrà riconosciuto un importo omnicomprensivo per le figure professionali che verranno di volta in volta richieste secondo i valori tabellari di seguito riportati:

● Key Account	550 euro/giorno
● Senior Digital Strategist	550 euro/giorno
● Creative Director	500 euro/giorno
● Content Specialist	450 euro/giorno
● Grafic&Multimedia Designer	400 euro/giorno

Complessivamente potranno essere richieste nel periodo di durata dell'appalto le giornate così distribuite:

- Key Account 15 giornate

● Senior Digital Strategist	40 giornate
● Creative Director	40 giornate
● Content Specialist	110 giornate
● Grafic&Multimedia Designer	60 giornate

l'importo complessivo è pari a **123.750** euro e la durata massima dovrà essere entro 12 mesi dal kick-off che seguirà alla firma del contratto e a seguito del kick-off.

L'importo a base di gara potrà essere impiegato per intero ovvero solo parte di esso in relazione alle attività richieste e successivamente rendicontate.

Ai fini dell'aggiudicazione sarà considerato il ribasso medio offerto, mentre nella rendicontazione e successivo pagamento si farà riferimento al ribasso applicato ad ogni singola figura professionale.

Le figure professionali proposte dovranno essere in forza dell'azienda con contratto a tempo indeterminato o tempo determinato.

- Per ciascuna campagna riportata al **punto 3.3** saranno riconosciuti all'affidatario, al netto del ribasso, **70.000 euro**, così suddivisi:
 - Ideazione del concept e del format grafico 15.000 euro
 - Ideazione della campagna di comunicazione integrata 25.000 euro
 - Ideazione spot radio 10.000 euro
 - Produzione Spot Radio 5.000 euro
 - Ideazione spot video 10.000 euro
 - Produzione spot video per il circuito Tv metropolitana, televisivo e cinematografico 5.000 euro

Nel corso dei 36 mesi contrattuali potranno essere attivate 5 campagne per un importo complessivo a base di gara pari **350.000 euro**. Il ribasso offerto dovrà essere unico e relativo ad una singola campagna. Lo stesso ribasso verrà poi applicato alle singole voci che verranno ordinate qualora non ci fosse necessità di una campagna completa dei 6 punti sopra indicati.

Per ciascuna campagna verranno richieste tutte le attività o solo parte di esse e verranno riconosciuti solo gli importi relativi alle attività svolte.

Per ciascuna attività sarà organizzata una riunione di kick off con discussione degli obiettivi del progetto, concordate le macro attività e le fasi di lavoro.

Verranno altresì definiti i tempi di esecuzione dell'ordinativo.

A seguito alla riunione di Kick off di progetto, verrà elaborato da parte dell'affidatario un piano operativo di lavoro che espliciti i seguenti elementi:

- Governance ordinativo – modalità di gestione del progetto, criteri di qualità, verifica e controllo dello stato di avanzamento del progetto, reportistica e modalità di scambio e condivisione delle informazioni, team di lavoro.

- Organizzazione delle attività – i tempi, le risorse impiegate, le attività richieste (A, B, C, D, E, F o parte di esse) le consegne, le milestone, le riunioni con Roma Capitale e le approvazioni.

Il piano di lavoro proposto dovrà essere approvato dal RUP di Rsm.

6. MODALITA' DI VALUTAZIONE DELL'OFFERTA

Le offerte ricevute saranno valutate sia sotto il profilo tecnico che economico, sulla base dei seguenti aspetti:

- Aspetto Tecnico: 60 punti;
- Aspetto Economico: 40 punti.

Il servizio sarà affidato quindi all'operatore economico che avrà ottenuto il punteggio complessivo più elevato.

6.1. ASPETTO TECNICO: max 60 punti.

TUTTI GLI ELEMENTI DI VALUTAZIONE SONO DI NATURA DISCREZIONALE

Il punteggio massimo varia in funzione dei requisiti di seguito riportati.

1° criterio

Esperienza nell'esecuzione di servizi analoghi in termini di riuso nell'esecuzione del presente appalto: max 15 punti:

dovrà essere prodotta documentazione dettagliata che comprovi nel quinquennio precedente la corretta esecuzione di contratti con oggetto e contenuti analoghi a quello del presente capitolato tecnico, relativamente all'attività 3.1. L'affidatario dovrà descrivere in massimo 10 cartelle A4 - arial 11 interlinea 1,5 – al massimo 3 lavori analoghi con l'obiettivo dell'analisi, la descrizione dei risultati, i documenti prodotti, le figure professionali coinvolte, l'importo dell'affidamento e l'ente affidatario. Dovranno essere altresì descritte le strategie di comunicazione con indicazione del posizionamento, la content strategy e la promotion strategy.

2° criterio

Team che eseguirà il servizio max 30 punti così distribuiti:

A. max 15 punti al gruppo di lavoro. Dovranno essere presentati in formato Europeo i Curricula vitae et studiorum firmati dei componenti del team che svolgerà le attività oggetto del presente capitolato. Il team dovrà essere composto come di seguito:

- n. 1 Account Key
- n. 1 Senior Digital Strategist
- n.1 Creative Director

- n.1 Content Specialist
- n. 1 Grafic&Multimedia Designer

La valutazione avverrà attraverso un confronto dei CV delle diverse figure professionali proposte. Il gruppo di lavoro dovrà essere composto inderogabilmente almeno dai soggetti sopra indicati.

La valutazione prenderà in considerazione l'esperienza pregressa in progetti di comunicazione istituzionale e di servizio per diverse tipologie di enti e istituzioni con un focus sul mondo della mobilità e trasporti. Saranno altresì considerati e valutati anche esperienze effettuate su altri settori relativi ai servizi al cittadino da cui trarre ispirazione e buone pratiche. Inoltre, verrà valutata l'esperienza in servizi continuativi di supporto relativamente a quanto specificato al precedente paragrafo 4.2 ivi compresi gli anni di esperienza nel ruolo.

Qualora nel corso dell'appalto ci fosse necessità di sostituire una figura professionale, il professionista proposto in sostituzione dovrà essere approvato da Rsm che potrà anche non ritenere idonea la proposta e richiedere una ulteriore risorsa. Qualora non ci siano soluzioni idonee Rsm si riserverà la facoltà di risolvere il contratto.

Oltre alle 5 figure indicate come condizione minima della prestazione, saranno altresì premiati gli operatori economici che metteranno a disposizione le seguenti ulteriori figure professionali:

- B. Max 5 punti** alla società che garantirà nel corso dell'affidamento una **figura professionale che svolga un indirizzo di coordinamento**. Il punteggio sarà assegnato sia all'esperienza sia in relazione al CV. Nello specifico dovrà essere il referente per le iniziative di comunicazione del progetto da diffondere attraverso i canali che verranno individuati. Dovrà svolgere analisi e monitoraggio sull'andamento della campagna recependo anche i feedback da parte di Rsm e proporre azioni correttive da mettere in atto.
- C. Max 5 punti** alla società che garantirà nel corso dell'affidamento una **figura professionale Graphic designer**. Il punteggio sarà assegnato sia all'esperienza sia in relazione al CV. Nello specifico sarà valutata l'esperienza circa la progettazione di grafiche pubblicitarie, la realizzazione di siti web, la produzione di vari materiali, sia stampati che digitali, e la motion graphic, fondamentale per animare il contenuto e comunicarlo in modo coinvolgente.
- D. Max 5 punti** alla società che garantirà nel corso dell'affidamento una **figura professionale Copywriter**. Il punteggio sarà assegnato sia all'esperienza sia in relazione al CV. Nello specifico sarà valutata l'esperienza circa la scrittura di testi per la diffusione on-line con l'obiettivo di indirizzare un utente a compiere un'azione/scelta che può essere un comportamento sostenibile o la

sensibilizzazione verso tematiche connesse con la sostenibilità in genere e mobilità sostenibile. Il punteggio sarà assegnato sia alla disponibilità offerta sia in relazione al CV.

I 15 punti o parte di essi verranno valutati per le società che offriranno le figure professionali richieste ai precedenti punti B, C e D, dovranno essere presentate attraverso il Curriculum vitae et studiorum firmato del professionista che svolgerà le attività sopra descritte. Al netto di situazioni imprevedibili, le figure professionali presentate al momento dell'offerta dovranno collaborare al progetto almeno per i primi 6 mesi, causa rescissione del contratto. Qualora nel corso dell'appalto ci fosse necessità di sostituire una figura professionale, il professionista proposto in sostituzione dovrà essere approvato da Rsm che potrà anche non ritenere idonea la proposta e richiedere una ulteriore risorsa. Qualora non ci siano soluzioni idonee Rsm si riserverà la facoltà di risolvere il contratto.

3° criterio

Proposta Campagna Sociale "fascia Verde" max 15 punti:

- Dovrà essere presentata 1 (una) proposta di CLAIM seguendo i requisiti descritti al paragrafo 4.3. La proposta sarà valutata tenendo conto dell'originalità, con claim conciso e responsabilizzante. La proposta è esclusivamente finalizzata alla valutazione dell'offerta.

6.2. ASPETTO ECONOMICO: max 40 punti.

Saranno attribuiti 40 punti al concorrente che avrà quotato il miglior ribasso unico percentuale da applicarsi a tutte le voci indicate ai punti 3.1, 3.2 e 3.3 per un importo massimo di 508.750,00.

Ai restanti concorrenti sarà attribuito un punteggio sulla base della seguente formula:

$$PE_i = (R_i/R_{max})^{1/2} \times 40$$

Dove:

R_i è il ribasso offerto dall'iesimo concorrente;

R_{max} è il ribasso massimo offerto;

PE_i punteggio offerta economica dell'iesimo concorrente.

7. PENALITA'

Ogni ritardo nella consegna rispetto alla tempistica indicata nel presente documento o definito a valle della riunione di Kick-off e relativo ai singoli punti 3.1, 3.2 e 3.3 comporterà l'applicazione delle seguenti penalità in relazione all'attività richiesta.

Per l'attività 3.1 la penalità è pari allo 0.5% rispetto all'importo di aggiudicazione e verrà applicata per ogni giorno oltre i 60 giorni naturali e consecutivi dall'avvio delle attività previo convocazione da parte di Rsm della riunione di Kick Off. La penalità massima prevista 5%, oltre la quale Rsm si riserverà la facoltà di risolvere il contratto.

Per l'attività 3.2, verrà richiesta la prestazione da parte di Rsm. L'affidatario valuterà la richiesta e formulerà una proposta con impiego delle figure professionali necessarie e delle giornate lavorative. Dal momento dell'approvazione della proposta l'attività deve essere avviata entro 5gg lavorativi. Ad ogni giorno di ritardo sarà applicata una penale dell'1% dell'importo richiesto per lo specifico ordinativo fino ad un massimo del 10%, oltre la quale Rsm si riserverà la facoltà di risolvere il contratto. L'attività dovrà essere conclusa nei tempi definiti a valle del Kick-off. Ad ogni giorno naturale e consecutivo di ritardo verrà applicata la penalità pari allo 0.5% rispetto all'importo definito dall'avvio delle attività. La penalità massima prevista 5%, oltre la quale si procederà alla risoluzione del contratto.

Per l'attività 3.3, verrà richiesta la prestazione da parte di Rsm attraverso il brief. L'affidatario valuterà la richiesta e produrrà la campagna secondo le esigenze recepite e i tempi indicati al paragrafo 3.3. Ad ogni giorno di ritardo sarà applicata una penale dell'1% dell'importo per lo specifico ordinativo fino ad un massimo del 10%, oltre la quale Rsm si riserverà la facoltà di risolvere il contratto.

8. PAGAMENTI

Per l'attività 3.1 l'affidatario emetterà una unica fattura a conclusione dell'attività e previa approvazione da parte di Rsm.

Per l'attività 3.2 l'affidatario emetterà fattura a conclusione del singolo ordinativo richiesto secondo tempi e modalità che verranno definiti a valle del kick-off.

Per l'attività 3.3 l'affidatario emetterà numero 3 fatture come di seguito indicato:

- 30 % dell'importo contrattuale a completamento ed approvazione delle attività di cui al precedente art. 3.3 lettera A;
- 30 % dell'importo contrattuale a completamento ed approvazione delle attività di cui al precedente art. 3.3 lettera B);
- 40 % dell'importo contrattuale a completamento ed approvazione delle attività di cui al precedente art. 3.3 lettera C,D, E, F o parte di esse).

Ai sensi dell'art. 125 del Codice, e alle condizioni in esso indicate, sul valore del contratto verrà calcolato l'importo dell'anticipazione del prezzo, riferita alla sola attività di cui al paragrafo 3.3 lettera a), pari al 20%, da corrispondere all'Appaltatore entro 15 giorni dalla "Data di inizio attività", certificata da apposito verbale sottoscritto dalle parti.

9. RISOLUZIONE DEL CONTRATTO

Ove, durante il periodo di validità del contratto, le penali applicate dovessero essere pari o superiori al 10% dell'importo complessivo dello stesso, RSM si riserva la facoltà di risolvere il rapporto contrattuale. La risoluzione del rapporto contrattuale comporterà l'incameramento a beneficio di RSM della cauzione definitiva, salvo il risarcimento del maggior danno eventualmente subito.