

DISCIPLINARE COMUNICAZIONE E PROMOZIONE GENERALE DELLA MANIFESTAZIONE

1 - OGGETTO E FINALITÀ

Il Bando **Cagliari dal Vivo 2022** prevede che il contributo riservato al progetto selezionato per l'ambito "Grandi manifestazioni" pari ad euro 300.000,00 includa l'esecuzione delle prestazioni di seguito specificate, per una quota parte del contributo concesso pari ad una spesa di euro 73.200,00 IVA compresa.

E' richiesta l'ideazione del Piano generale di comunicazione e la realizzazione della campagna di comunicazione integrata per la promozione della manifestazione **Cagliari dal Vivo 2022**.

La finalità generale è quella di promuovere e rafforzare la conoscenza di **Cagliari dal Vivo 2022**, delle rassegne tematiche in cui si articola e dei suoi eventi, attraverso azioni di comunicazione, finalizzate al miglioramento della visibilità della manifestazione, rendendola riconoscibile e percepita come occasione di crescita culturale e sociale, in particolar modo dedicata alle periferie della Città.

Si dovrà coordinare e portare a maggiore efficacia le attività di comunicazione e promozione che i singoli progetti prescelti per ogni ambito sono chiamati a predisporre in maniera complementare e con budget dedicati e autonomi.

Gli obiettivi specifici della strategia di comunicazione integrata riguardano:

- a) il coinvolgimento e l'ampliamento del pubblico secondo target differenziati attratto dagli eventi proposti attraverso la valorizzazione delle potenzialità artistiche e di aggregazione sociale delle proposte artistiche e delle location;
- b) l'aumento del livello di conoscenza dell'offerta di spettacolo e di intrattenimento in Città, con particolare riferimento alla sua integrazione con i flussi turistici e le attività connesse, finalizzata a favorire l'attrattività delle zone periferiche della città;
- c) la promozione dell'offerta dei prodotti artistici di spettacolo dal vivo della città di Cagliari anche in relazione all'area metropolitana.

La campagna di comunicazione integrata, che dovrà essere progettata prevedendo l'utilizzo di mezzi di comunicazione sia tradizionali sia innovativi, dovrà saper trovare elementi di differenziazione e attrazione tali da fare emergere in forma originale l'offerta di spettacolo e di intrattenimento della manifestazione e valorizzare il marchio territoriale di Cagliari.

2 – CONTENUTI E MODALITÀ DI REALIZZAZIONE DELLE PRESTAZIONI

Si dovrà ideare una strategia creativa di comunicazione, elaborando sia il relativo piano generale, che copra l'intero arco temporale della manifestazione, sia coordinando i piani di comunicazione specifici riferiti alle singole rassegne previsti per i diversi ambiti.

La campagna generale di **Cagliari dal Vivo 2022** sarà progettata e realizzata sulla base dello studio dettagliato dei diversi ambiti di spettacolo e dei vari pubblici-target di riferimento. Dovranno essere utilizzati mezzi e strumenti di comunicazione con i relativi piani media, con l'obiettivo mirato di dare forte impulso alla ripartenza della socialità nelle periferie e della filiera professionale dello spettacolo dal vivo in Città.

In particolare il Piano generale dovrà riportare in dettaglio l'esecuzione di tutte le attività di seguito elencate. Per ognuna dovrà essere indicato il prodotto finale di output anche nella sua consistenza numerica utilizzando una tabella riassuntiva del Piano che indichi i mezzi ed i media prescelti.

Al soggetto esecutore si richiedono le seguenti prestazioni, tutte a sua cura e spese:

- a) progettazione, elaborazione e attuazione di un piano di comunicazione per promuovere la manifestazione **Cagliari dal Vivo 2022** secondo le indicazioni e gli obiettivi proposti dal Servizio;
- b) ideazione di un marchio di **Cagliari dal Vivo 2022** riferito al Comune di Cagliari e di cui dovrà curarne a sue spese la registrazione;
- c) piano editoriale e media planning, che dovrà comprendere anche l'attività di web marketing;
- d) progettazione, realizzazione, attuazione e gestione della campagna di comunicazione generale e di quella integrata coordinata con le singole rassegne e i loro eventi;
- e) ideazione e realizzazione del keyvisual e della grafica della campagna, sia uso stampa che digitale, con i relativi adattamenti di formato, che potranno essere declinati in un numero massimo di 50 per tutta l'iniziativa;
- f) ricerca, individuazione e acquisizione di immagini per la realizzazione delle campagne pubblicitarie e acquisizione di tutte le necessarie liberatorie per i relativi diritti d'uso;

- g) ideazione e realizzazione di spot radiofonici e televisivi per la diffusione su emittenti locali e acquisto dei relativi spazi;
- h) realizzazione di testi informativi e pubbliredazionali;
- i) acquisto di spazi su quotidiani e periodici;
- j) promozione tramite affissionistica e attività di diffusione del materiale promozionale;
- k) attività di media relations, per l'attivazione di servizi videogiornalistici;
- l) per quanto riguarda in particolare la campagna web: realizzazione di banner, ottimizzazione per motori di ricerca e posizionamento sito, realizzazione di strategie e pratiche di SEO;
- m) comunicazione multicanale sui social network e creazione di messaggi tramite applicativi web site;
- n) stampa di materiale promozionale;
- o) valutazione e analisi dei risultati ottenuti;
- p) attività di reporting.

Nel piano generale dovrà inoltre essere chiaramente definita la scansione operativa e temporale delle fasi di realizzazione e gestione del medesimo, che riporti nel dettaglio gli obiettivi proposti e la tempistica necessaria al loro conseguimento, con il cronoprogramma relativo allo svolgimento del servizio.

Nella realizzazione delle attività oggetto dell'affidamento, inoltre, dovranno essere rispettate le seguenti indicazioni:

- realizzare almeno due campagne di comunicazione/promozione distribuite nell'arco di tempo di interesse, assicurando l'attività di monitoraggio, sia in relazione alla regolare esecuzione sia con riferimento all'analisi valutativa a posteriori;
- assicurare la concezione e realizzazione di soluzioni adeguate sia sul piano della creatività grafica che nella definizione dei contenuti testuali specifici, contenenti originali, efficaci e adeguati messaggi di comunicazione e promozionali, con la realizzazione dei relativi layout fino ad esecutivo, compresi editing e correzione di bozze;
- realizzare dei contenuti testuali in lingua italiana e in lingua inglese;
- curare che insieme al marchio di **Cagliari dal Vivo 2022** sia rappresentato il marchio territoriale del Comune di Cagliari e il marchio del Ministero della Cultura Direzione Generale Spettacolo, in tutti i progetti grafici elaborati, al fine di rispondere al meglio alle esigenze di riconoscibilità;
- fornire immagini fotografiche, illustrazioni e simili necessarie per la realizzazione del servizio, che siano originali e/o libere da diritti di terzi così come tutto il materiale proposto e utilizzato dal gestore del servizio, dovrà essere nella sua libera disponibilità in esclusiva senza limitazioni temporali e territoriali, in quanto di proprietà dello stesso

e/o in quanto per essi siano state acquisite specifiche licenze;

- curare che di tutti i beni e/o le persone ritratti in tutte le immagini (siano esse fotografie, video, audiovisivi o illustrazioni e/o simili), sia in possesso delle liberatorie di legge, manlevando, attraverso la sola sottoscrizione dell'accettazione del contributo il Servizio da qualsivoglia responsabilità in merito all'utilizzo di detto materiale;
- assicurare che la comunicazione a mezzo stampa, quotidiana e/o periodica e/o specializzata, sia realizzata su mezzi aventi diffusione a livello regionale e nazionale con pagine in posizione di rilievo;
- assicurare che la comunicazione a mezzo di brochure e opuscoli e tramite affissionistica sia realizzata in location di grande visibilità a Cagliari e in almeno due centri della Città Metropolitana e in altre due Province del territorio regionale.

I prodotti promozionali nella versione definitiva e i file sorgente (con cui vengono generati i file esecutivi) saranno di proprietà e uso esclusivi del Comune, salvo un eventuale uso promozionale da parte dell'esecutore del servizio, previa comunicazione all'Amministrazione e autorizzazione scritta della stessa. Il Comune acquisisce i diritti di sfruttamento, anche dopo la chiusura della manifestazione, compresi duplicazione, diffusione ed utilizzo dei prodotti promozionali per le proprie finalità istituzionali.

L'esecutore del servizio si obbliga espressamente a fornire all'Amministrazione tutta la documentazione e il materiale necessario all'effettivo sfruttamento di detti diritti di titolarità esclusiva.

Tutti i progetti preliminari e le presentazioni realizzate dall'affidatario resteranno di proprietà dello stesso e non potranno essere usati dal Comune senza l'autorizzazione scritta dell'affidatario, fatto salvo l'uso interno finalizzato all'esclusiva valutazione del materiale fornito.

Ai sensi di legge resta fermo l'obbligo in capo al Comune di citare l'autore, in sede di utilizzo.

Tutte le prestazioni imposte dal presente capitolato e/o proposte nell'offerta tecnica dovranno essere garantite per tutta la durata della manifestazione **Cagliari dal Vivo 2022.**

Tutta la documentazione creata o predisposta dall'affidatario nell'esecuzione del contratto non potrà essere, in alcun modo, comunicata o diffusa a terzi, senza la preventiva approvazione espressa da parte dell'Amministrazione.

3 - GRUPPO DI LAVORO

Ai fini dell'attuazione delle attività oggetto del servizio, l'esecutore del servizio

dovrà garantire idonee risorse organizzative, tecniche e professionali tali da assicurare l'esecuzione delle prestazioni nel rispetto delle modalità individuate nel presente disciplinare e nel rispetto del cronoprogramma delle attività e di eventuali successive variazioni allo stesso.

A tal fine dovrà essere costituito un gruppo di lavoro composto dalle seguenti professionalità, con un minimo di 3 unità:

- un direttore artistico coordinatore del progetto;
- un grafico;
- un media planner.

Ciascuna figura professionale non potrà svolgere più di due delle funzioni su elencate.

I nominativi e gli incarichi professionali dei componenti del gruppo di lavoro dovranno essere comunicati al Servizio entro 5 giorni dall'accettazione del contributo.

4 -CRITERI DI VALUTAZIONE DEL PIANO DI COMUNICAZIONE

Alla proposta potrà essere attribuito una valutazione fino a un massimo di 100 punti.

Il proponente, relativamente all'ambito 1 "Grandi Manifestazioni, deve presentare in allegato al Modello unico 2022 la proposta progettuale di un Piano di comunicazione generale riferito a tutta la manifestazione **Cagliari dal Vivo 2022**.

Tale Piano consiste in una relazione di massimo 8 facciate formato A4 (margini superiore, inferiore e laterale 2 cm), carattere Open Sans 10, interlinea singola, nella quale sia esplicitata la proposta progettuale e siano descritte chiaramente le modalità di organizzazione e di svolgimento del servizio, contenente anche il cronoprogramma delle attività, redatto nel rispetto delle fasi e delle tempistiche massime previste nel Disciplinare.

Il Piano dovrà essere unico, e non dovrà superare nel suo complesso il numero di facciate prescritto. Le eventuali ulteriori pagine non saranno oggetto di valutazione. La relazione non dovrà essere generica, ma dimostrare con chiarezza l'approfondimento delle tematiche del servizio.

I punteggi relativi saranno attribuiti, sulla base dei criteri, sub-criteri e relativi pesi sotto indicati, dalla stessa Commissione giudicatrice dei progetti artistici prevista dal Bando.

La Commissione dovrà valutare i seguenti elementi:

	CRITERIO DI VALUTAZIONE	SOTTO CRITERI DI VALUTAZIONE	DESCRIZIONE ATTRIBUZIONE VALUTAZIONE
1	Valutazione del Piano comprendente anche il cronoprogramma delle attività (massimo 80 punti)	(a) Completezza dell'analisi dello scenario di riferimento (massimo 10 punti) (b) Coerenza e organicità della proposta e sua rispondenza agli obiettivi indicati dal Servizio e alle caratteristiche del contesto di produzione e consumo dello spettacolo dal vivo di riferimento e della Città di Cagliari (massimo 30 punti) (c) Chiarezza e livello di dettaglio della proposta progettuale (massimo 15 punti) (d) Innovatività e creatività della proposta progettuale (massimo 15 punti) (e) Ampiezza e livello dei mercati di riferimento e della platea di utenza proposti (massimo 10 punti)	Ai sotto-criteri di valutazione sarà attribuito dalla commissione un punteggio, espresso in decimi, compreso tra 1 e 10 secondo la seguente scala di valutazione: Eccellente: 10 /10 Ottimo: 8 /10 Buono: 6 /10 Discreto: 4 /10 Sufficiente: 2 /10 Non sufficiente: 0/10 Il punteggio attribuito al sotto criterio di valutazione scaturirà dalla media aritmetica espressa in decimi dei punti attribuiti da ciascun commissario al sotto criterio di valutazione (Pa) rapportato al punteggio massimo (Pmax) attribuibile al singolo sotto-criterio, secondo la seguente formula: (Pa x Pmax)/10
2	Elaborazione e realizzazione di newsletter di informazione e promozione sulla manifestazione e i suoi eventi, con testi approvati dal Servizio e con periodicità di invio bisettimanale, per soggetti individuati attraverso la predisposizione di mailing list, nell'assoluto rispetto del Regolamento generale sulla protezione dei dati (Regolamento UE n. 2016/679) (massimo 10 punti)		0,5 punti ogni 200 soggetti individuati, sino a un massimo di 10 punti
3	Servizi ulteriori offerti purché coerenti con l'oggetto del servizio e/o con la proposta progettuale presentata (massimo 10 punti)		A tali ulteriori servizi sarà attribuito dalla commissione un punteggio, espresso in decimi, compreso tra 1 e 10 secondo la seguente scala di valutazione: Eccellente: 10 /10 Ottimo: 8 /10 Buono: 6 /10 Discreto: 4 /10 Sufficiente: 2 /10 Non sufficiente: 0/10 Il punteggio attribuito scaturirà dalla media aritmetica espressa in decimi dei punti attribuiti da ciascun commissari (Pa) rapportato al punteggio massimo (Pmax) attribuibile al singolo sotto-criterio, secondo la seguente formula: (Pa x Pmax)/10

5 - ASSEGNAZIONE DEL PUNTEGGIO

Per ciascuna proposta presentata:

- il punteggio assegnato alle voci di valutazione n. 1 e n. 3 (Valutazione della

proposta progettuale del servizio e Servizi ulteriori offerti) scaturirà dalle formule sopra riportate, dopo la valutazione dei Commissari;

- il punteggio assegnato alle voci di valutazione n. 2 deriverà automaticamente dall'opzione prescelta da ciascun concorrente;
- il punteggio assegnato alla voce di valutazione n. 3 deriverà direttamente da quanto dichiarato dal proponente. Si precisa che il Servizio richiederà al proponente del Piano, la comprova di quanto dichiarato in relazione a tale voce;
- Il punteggio finale attribuito a ciascuna proposta scaturirà dalla somma dei punteggi attribuiti a ciascuna delle voci di valutazione (1; 2; 3;).

Le presenti proposte dovranno ottenere un punteggio finale di almeno 65/100 per essere ammesse alla valutazione complessiva comprendente quella artistica e di organizzazione come descritta dal Bando.