

AZIENDA GARDESANA SERVIZI S.p.A.

Via 11 settembre, 24 - 37019 Peschiera del Garda (VR) –
Tel. 045 6445211
e-mail ags@ags.vr.it

***Servizio di progettazione e gestione della
comunicazione istituzionale di Azienda
Gardesana Servizi S.p.a.***

**CAPITOLATO SPECIALE DESCRITTIVO
PRESTAZIONALE**

Peschiera del Garda, aprile 2022

A Z I E N D A G A R D E S A N A S E R V I Z I S . P . A .

Via 11 Settembre n. 24 – 37019 Peschiera del Garda (Vr)– e-mail: ags@ags.vr.it . sito internet: www.ags.vr.it

Reg. Imp. di Vr e Codice Fiscale: 80019800236 – Partita IVA: 01855890230 – Cap. Soc. € 2.620.800,00 i.v. – FAX 045.6445299

NUMERO VERDE SERVIZIO CLIENTI 800 905 559 – PEC: ags@pec.ags.vr.it

Azienda con sistema di gestione certificato conforme alle norme ISO 9001:2015 ISO 14001:2015 e ISO 45001:2018

Art. 1 – OGGETTO DELL'APPALTO

Il servizio da appaltare prevede la progettazione e la gestione della comunicazione istituzionale di Azienda Gardesana Servizi S.p.a, in seguito Ags.

Art. 2 – IMPORTO A BASE D'ASTA

L'importo a base di gara è di € 80.000 per 24 mesi a partire dalla data di sottoscrizione del contratto, al netto di iva.

Gli oneri di sicurezza da rischio interferenziale non soggetti a ribasso sono pari a 0 €.

Art. 3 – OBIETTIVI GENERALI DELLA COMUNICAZIONE

Per migliorare la propria attività di comunicazione Ags ha individuato i seguenti obiettivi generali:

1. migliorare l'identità visiva dell'azienda, per dare coerenza e riconoscibilità alle diverse azioni comunicative;
2. identificare i diversi target delle attività di comunicazione (cittadini, utenti, media, istituzioni, dipendenti e collaboratori, stakeholder e opinion leader) e realizzare contenuti e azioni rilevanti per ciascun target;
3. garantire coerenza nella comunicazione con i diversi target, mettendo a punto un sistema organizzativo e una pianificazione editoriale che consentano di mantenere sempre attivo il dialogo con ciascun target;
4. qualificarsi come un interlocutore affidabile, responsabile ed autorevole;
5. accrescere nei target la cultura generale rispetto al servizio idrico integrato, migliorare la conoscenza e la consapevolezza degli interlocutori interni ed esterni rispetto alle sfide affrontate dal gestore (impegno e investimenti per l'ambiente, giusto equilibrio tra bisogno di interventi e tariffe socialmente sostenibili, compliance, trasparenza, dialogo e condivisione con gli *stakeholder*...);
6. progettare attività di comunicazione, interna ed esterna, per accompagnare la realizzazione del nuovo collettore della sponda veronese del Lago di Garda;
7. misurare l'efficacia delle azioni di comunicazione intraprese.

Art. 4 – OBIETTIVI SPECIFICI DELLA COMUNICAZIONE

Sono stati individuati i seguenti obiettivi specifici:

1. Consolidare l'identità aziendale, sviluppando e diffondendo sia internamente che esternamente contenuti "*corporate*" che trasmettano e sostengano la cultura aziendale, che comunichino la competenza tecnica del personale e la conoscenza scientifica presente all'interno dell'azienda e che incrementino la consapevolezza della professionalità e del ruolo territoriale di Ags.

2. Favorire l'accesso e la conoscenza delle iniziative e delle attività di Ags agli utenti, alle Amministrazioni comunali socie e ad ogni altro interlocutore interessato;
3. Rafforzare la percezione del valore della tutela dell'ambiente;
4. Rafforzare la comunicazione sulla responsabilità sociale e ambientale d'impresa;
5. Migliorare la comunicazione durante l'esecuzione di opere e/o installazione di cantieri particolarmente complessi. Queste tipologie di cantiere comportano disagi prolungati a residenti e alle attività commerciali della zona interessata dall'intervento, pertanto, Ags avverte l'esigenza di strutturare azioni di comunicazione atte ad evidenziare gli obiettivi e i benefici attesi dall'intervento e ad aggiornare periodicamente la popolazione interessata sullo stato di avanzamento dei lavori;
6. Valorizzare la qualità dell'acqua erogata promuovendo l'incremento della fiducia dei cittadini nei confronti del servizio;
7. Migliorare la "customer experience" nei diversi ambiti in cui l'utente interagisce con l'azienda, poiché la fiducia dell'utente è sostenuta da un'esperienza di contatto soddisfacente e fluida.

Gli obiettivi descritti potranno essere integrati e completati in seguito all'elaborazione della strategia e del piano di comunicazione redatto in conformità alle prescrizioni di cui al seguente articolo.

Art. 5 – SERVIZI RICHIESTI

Per l'espletamento del servizio in appalto si chiede di progettare, organizzare e attuare un piano di comunicazione che consenta di raggiungere gli obiettivi generali e specifici illustrati in precedenza. Le attività dovranno essere svolte in stretto coordinamento con la direzione generale di Ags e saranno suddivise nelle seguenti fasi:

Nella **fase progettuale** si richiede al fornitore di elaborare un documento di progetto, denominato *Piano di comunicazione*, che deve essere consegnato dall'appaltatore entro 30 giorni dall'aggiudicazione e deve includere:

- Elaborazione di una strategia di comunicazione collegata agli obiettivi generali e specifici declinati nel presente capitolato speciale descrittivo e prestazionale;
- Analisi dei target di interesse, degli obiettivi strategici e delle azioni comunicative proposte per ciascun target;
- Individuazione degli strumenti di comunicazione da utilizzare in fase realizzativa includendo un piano media con relativa stima dei costi, una valutazione sull'opportunità e modalità di eventuale utilizzo dei social media e un'indicazione dei costi di ciascuna attività *on field* proposta per il primo anno di attività;
- Progettazione di un sistema organizzativo di raccolta dati e informazioni per la successiva produzione dei contenuti. Tali informazioni dovranno essere reperite sia internamente all'azienda

che all'esterno al fine di rispondere prontamente ad eventuali emergenze o temi "caldi" che si dovessero presentare;

- Descrizione del processo di progettazione, organizzazione e creazione dei contenuti e delle azioni comunicative indirizzate ai diversi target;
- Individuazione degli indicatori di *performance* e dei sistemi di misura dell'efficacia delle azioni proposte.

Nelle more della presentazione del piano di comunicazione l'appaltatore dovrà gestire l'attività di comunicazione aziendale garantendo la continuità del servizio, impegnandosi a soddisfare eventuali richieste/necessità dell'ente aggiudicatore.

Nella **fase organizzativa** sarà necessario:

- Formare e coinvolgere tutti i soggetti interessati dal sistema organizzativo progettato;
- Fornire supporto e coordinamento nella contrattualizzazione e nella realizzazione degli eventuali spazi pubblicitari o delle pubbliredazionali sui media;
- Gestire i profili social attivi con particolare riferimento alla gestione dei rapporti con l'utenza;
- Predisporre strumenti di misura dell'efficacia delle diverse azioni "messe in campo".

Questa fase dovrà concludersi entro 15 giorni naturali, consecutivi e decorrenti dalla data di approvazione del piano di comunicazione da parte dell'ente aggiudicatore, culminando nell'attivazione del sistema di comunicazione progettato.

Nella **fase realizzativa** si richiede:

- L'editing di contenuti (testi, foto, video) adattati ai diversi media prescelti in fase di progettazione (social, sito web, stampa, etc. ...), indicativamente 40 contenuti all'anno. AGS, in sede di approvazione del piano di comunicazione o "a necessità", stabilirà a quale media destinare citati contenuti;
- Sviluppo e coordinamento di campagne di comunicazione di interesse ambientale o afferenti all'attività svolta da Ags;
- Sviluppo e coordinamento di "Newsletter" periodica bimestrale rivolta ai dipendenti di AGS afferenti alle attività aziendali svolte (a titolo esemplificativo ma non esaustivo: sii, multiutility, etc.);
- Pianificazione di campagne informative alla cittadinanza di concerto con i responsabili dei servizi di Ags e i responsabili degli uffici comunali competenti in materia di gestione dei servizi pubblici;
- Realizzazione del "piano media" così come definito in fase progettuale e successivamente approvato da Ags;
- Servizio di social media manager;

- Servizio di gestione della comunicazione comprendente: gestione e pubblicazione dei contenuti sul sito internet istituzionale, redazione di comunicati stampa, organizzazione di conferenze stampa, predisposizione di articoli, redazionali e interventi, presidio costante dell'immagine aziendale di concerto con i vertici di Ags, tempestiva ed efficace gestione delle notizie potenzialmente dannose per l'immagine dell'azienda prevedendo, ove opportuno, azioni positive di contrasto alle criticità;
- Rendicontazione semestrale circa l'efficacia delle azioni intraprese, misurata come concordato a seguito di approvazione del piano di comunicazione.

In funzione di quanto definito nella fase progettuale, e ricompreso nell'importo di contratto, si richiede inoltre la progettazione e realizzazione grafica (esclusa stampa) dei materiali funzionali alla realizzazione delle azioni di comunicazione previste, ad esempio:

- elaborazione grafica di diversi tipi di materiali (*leaflet*, *banner*, bilancio sostenibilità, pannelli, materiali vari legati alle singole azioni);
- progettazione per la realizzazione di video;
- realizzazione di infografiche;
- progettazione eventi.

Per ciascuna azione di comunicazione si richiede di formulare un preventivo. Se approvato, il relativo importo sarà corrisposto a conclusione dell'attività. I preventivi relativi alle azioni di comunicazione previste per il primo anno di attività vanno inclusi nel piano di comunicazione di cui sopra.

Per gli anni successivi si richiede una pianificazione semestrale delle azioni specifiche, con relativi preventivi di spesa.

L'attività realizzativa potrà riguardare sia contenuti, obiettivi e istanze provenienti da Ags, sia contenuti e istanze ritenute prioritarie dagli *stakeholder*, che contenuti e istanze che si presentino al gestore in modo inatteso, in seguito ad esempio a fatti di cronaca, a modifiche normative, a problematiche di tipo ambientale, meteorologico, etc.

Art. 6 – REQUISITI E STANDARD DI QUALITÀ RICHIESTI

Tutte le azioni di comunicazione devono essere condivise ed elaborate a stretto contatto con la direzione generale di Ags e tutti i contenuti e i materiali devono essere approvati dalla stessa prima di essere diffusi, con modalità da definire nelle fasi di progettazione e organizzazione.

Ags si riserva la verifica della qualità del servizio erogato mediante:

- monitoraggio dei dati statistici forniti dall'appaltatore;
- indagine di "*customer satisfaction*";
- altre attività di "*stakeholder engagement*";

Nel corso di esecuzione dell'attività di ufficio stampa il giornalista (già individuato in sede di partecipazione alla procedura di gara, iscritto all'albo e in possesso di consolidati contatti con la stampa e i media locali di riferimento del territorio servito da Ags) deve essere stabilmente inserito nel team di lavoro.

Art. 7 – ONERI A CARICO DELL'APPALTATORE

Sarà responsabilità dell'aggiudicatario dimensionare adeguatamente le risorse in termini di *team* di lavoro. L'aggiudicatario dovrà garantire per tutta la durata del contratto regolari incontri con la direzione generale di Ags con una periodicità almeno mensile.

L'aggiudicatario dovrà nominare un coordinatore del servizio ed un suo sostituto, cui sarà comunicato ogni cambiamento significativo e ogni eventuale disservizio conseguente all'attività svolta dai propri operatori.

Art. 8 – PERSONALE DA IMPIEGARE NELL'ESECUZIONE DEL SERVIZIO

L'appaltatore si obbliga ad avvalersi di personale assunto direttamente alle proprie dipendenze e/o con contratti di collaborazione tipici delle attività oggetto di appalto e a mantenere lo stesso per tutto il periodo di esecuzione del contratto, in numero rapportato a garantire l'esecuzione del servizio così come prescritto nel presente capitolato.

Qualora il personale indicato quale *team* di lavoro nell'offerta tecnica venga sostituito in corso di esecuzione del contratto a seguito di dimissioni e/o riorganizzazione aziendale, o a conclusione del contratto di collaborazione, i soggetti che subentrano dovranno essere preventivamente valutati da Ags sulla base dei *curricula* e quest'ultima si riserva la facoltà di chiedere all'aggiudicatario la sostituzione del personale che non risulti in possesso di adeguata competenza per lo svolgimento dell'attività.

Il personale impiegato nello svolgimento del servizio non dovrà essere sottoposto a misure interdittive o a condizioni ostative avendo riportato condanne penali, dovrà svolgere le attività richieste con diligenza e capacità di relazione nei contatti con gli interlocutori di Ags e dovrà impegnarsi a non divulgare notizie su fatti e circostanze relative all'attività e all'organizzazione del servizio.

L'aggiudicatario si impegna a tutelare e rispettare l'immagine del committente.

Inoltre, le prestazioni del servizio dovranno essere effettuate con tutte le cautele idonee a prevenire atti o fatti che possano recare danno all'ente aggiudicatore o agli utenti, e in modo che in nessun caso restino danneggiate o logorate le cose oggetto delle prestazioni, pena l'immediato risarcimento di ogni danno subito da Ags.

Nell'esecuzione delle prestazioni oggetto del presente capitolato, l'appaltatore si obbliga ad applicare integralmente tutte le norme contenute nel contratto collettivo nazionale di lavoro per i dipendenti dalle aziende del ramo e negli accordi locali integrativi dello stesso, in vigore per il tempo e nella località in cui essi si svolgono.

L'appaltatore si obbliga, altresì, ad applicare il contratto e gli accordi medesimi anche dopo la scadenza e fino alla loro sostituzione e, se cooperativa, anche nei rapporti con i soci. I suddetti

obblighi vincolano l'appaltatore anche laddove non sia aderente alle associazioni stipulanti o receda da esse ed indipendentemente dalla natura industriale od artigiana, dalle strutture e dimensioni dell'appaltatore stesso o da altra sua qualificazione giuridica, economica e sindacale.

Art. 9 – CRONOPROGRAMMA DELLE ATTIVITA'

Il servizio dovrà essere svolto nel rispetto del seguente cronoprogramma:

- Avvio dell'attività a seguito della firma del contratto;
- Consegna del progetto denominato "piano di comunicazione" entro 30 giorni naturali e consecutivi dall'aggiudicazione;
- Approvazione del "piano di comunicazione" da parte di AGS;
- Entro 15 giorni naturali e consecutivi, decorrenti dalla data di approvazione del "piano di comunicazione" dovrà essere avviata la fase organizzativa e realizzativa del servizio.

Art. 10 – SERVIZI ANALOGHI - OPZIONALI

Configurano "servizi analoghi - opzionali" e, quindi, non ricompresi nell'importo posto a base d'asta ma concorrenti ai fini della definizione del valore complessivo dell'appalto, attività diverse da quelle elencate al precedente art. 5, sotto specificate, che potranno essere richieste all'appaltatore. L'appaltatore, a fronte della richiesta dell'ente aggiudicatore di tali servizi, presenterà apposito preventivo di spesa contenuto nei limiti dell'importo di cui al par. 3 del disciplinare di gara che dovrà essere previamente approvato da AGS.

Tali servizi analoghi – opzionali si concretizzano in tutte quelle attività di grafica, pubblicità, marketing e organizzazione eventi complementari alla comunicazione istituzionale che potranno essere compiutamente definite solo a seguito dell'avvio della fase realizzativa del piano di comunicazione concordato con l'ente aggiudicatore.

Tale previsione opzionale non comporta alcun obbligo per l'ente aggiudicatore, traducendosi in un mero diritto potestativo.