



Avviso per la raccolta di offerte per l'ideazione e la realizzazione di immagine coordinata, campagna di comunicazione social, prodotti grafici, web e story telling video nell'ambito del progetto europeo STAND UP!

La Fondazione Museo del Tessuto di Prato è una fondazione di diritto privato situata in Prato, via Puccetti 3.

La Fondazione Museo del Tessuto (d'ora in poi Fondazione) ha lo scopo principale di gestire il Museo del Tessuto e tutte le sue attività, incluse quelle svolte nell'ambito di progetti finanziati dall'Unione Europea. Per ogni ulteriore informazione si rimanda al sito del Museo: www.museodeltessuto.it.

La Fondazione partecipa in qualità di partner al progetto europeo [STAND UP!](#), finanziato dal programma [ENI-CBC MED](#) (CUP: E82D20000100004), finalizzato allo sviluppo di una serie di azioni e interventi a supporto di start-up eco-innovative del settore tessile abbigliamento nell'area del Mediterraneo (con target giovani under 35 e donne), avviato nel luglio 2020 e con durata fino a settembre 2023.

Nell'ambito del progetto, la Fondazione ha il compito di coordinare tutte le attività di comunicazione dello stesso e, nello specifico, di sviluppare due importanti azioni, consistenti nella A) realizzazione di tutti i prodotti di comunicazione previsti dal piano di Capitalizzazione del progetto e nella B) ideazione e realizzazione di una articolata campagna di comunicazione dedicata ai temi della sostenibilità e della circolarità (Sustainability Campaign) intesi come prossima frontiera del mercato e della produzione tessile e moda dell'area Mediterranea.

Alla luce e in funzione della necessità di implementare tali azioni, la Fondazione avvia una procedura informale e non vincolante al fine di sollecitare e raccogliere offerte da parte di soggetti qualificati in possesso delle specifiche competenze e dei requisiti previsti, cui affidare l'ideazione e la realizzazione di prodotti e servizi di comunicazione, grafica e video, secondo le specifiche tecniche descritte nel presente avviso.

Requisiti

Il presente avviso è aperto alle società che:

- non si trovino in una delle condizioni di esclusione e/o cause ostative a contrarre con la Pubblica Amministrazione di cui all'art.80 del D.lgs. 50/2016;
- abbiano almeno 5 anni di esperienza pregressa nella progettazione e realizzazione di prodotti e servizi di comunicazione e nello specifico di produzione di immagine coordinata, branding, video, pagine web, campagne social;
- siano disponibili a frequenti riunioni di coordinamento in presenza nella sede del Museo.

Specifiche della fornitura

A) Materiali di comunicazione da produrre per la Capitalizzazione:

Progettazione variante identità visiva del progetto nel pieno rispetto le linee guida di identità visiva del programma ENI-CBC MED; sviluppo applicazioni dell'identità per template file word, power point, pagine web e vari formati video;

Impaginazione con effetti grafici ed icone di circa 10 factsheets di lunghezza variabile completi di infografiche per presentazione delle azioni e dei risultati del progetto, con testi (prodotti dal committente), link e qualche immagine fornita dal committente o da reperire ad hoc;

Impaginazione con effetti grafici ed icone di 5 "transfer toolbox" di lunghezza variabile completi di infografiche di presentazione degli strumenti e metodologie sviluppati dal progetto con testi (prodotti dal committente), link e qualche immagine fornita dal committente o da reperire ad hoc;

1 video generale del progetto della durata di circa 10-12 minuti, completo di accompagnamento musicale, videografiche, animazioni, carte geografiche animate, immagini, teso ad illustrare con immediatezza, qualità estetica e piacevolezza programma di finanziamento, progetto, partenariato, azioni svolte nell'ambito di 5 work packages, beneficiari, risultati, schermate loghi, ecc. includendo, voice over descrittivo in inglese, immagini e video footage forniti dal committente; eventuale produzione e/o ricerca di immagini ad hoc;

1 riduzione adattamento a 3 minuti del video generale di cui sopra;

4 versioni ridotte di riadattamento del video generale, della lunghezza di 3 minuti circa ciascuna, presentando le azioni ed i beneficiari di 4 dei 5 work packages, includendo anche materiali foto e video diversi rispetto al video generale, con accompagnamento musicale differenziato ma coordinato al video generale.

B) Materiali di comunicazione da produrre per la Sustainability Campaign

Ideazione e sviluppo di immagine coordinata, branding e claim di una campagna volta a sensibilizzare sul tema della sostenibilità nel settore tessile e abbigliamento euromediterraneo come frontiera innovativa per il futuro, mettendo in evidenza e a valore i progetti delle start up eco innovative coinvolte nel progetto nei 5 paesi partner (Italia, Spagna, Tunisia, Egitto, Libano) ed i nuovi modelli di business da queste sviluppati. Il focus del messaggio e della grafica dovrà essere sulle persone (giovani e donne) come **gruppo** di protagonisti di progetti **innovativi ed eco sostenibili**, con forti riferimenti tematici, di contesto e di ambientazione **al Mar Mediterraneo**

Attivazione e gestione canali social (Instagram, Twitter, da valutare se anche LinkedIn e Facebook) e sviluppo di un articolato piano editoriale da novembre 2022 a settembre 2023 in collaborazione e sinergia con il personale del Museo, del capofila del progetto e dei partner; ricerca attiva e individuazione e outreach dei gruppi target e stakeholders di riferimento a livello europeo e mediterraneo;

Campagna di advertising social finanziata con budget extra dedicato;

Adattamenti della grafica per documenti in vari formati, pop up corner o stand, o struttura self standing per eventuali fiere o eventi (fornitura e stampa dei supporti non inclusa);

Brochure 4/6 ante; progettazione e stampa di 2000 copie; fornitura di file grafici aperti da distribuire ai partner per adattamenti nelle diverse lingue;

Video di lancio della campagna con effetti di videografica e accompagnamento musicale funzionale anche all'advertising sui social (durata circa 1 minuto e adattamenti più brevi per l'advertising social);

Circa 20 pillole video story telling e videografica di una selezione di beneficiari, con materiali foto e video forniti sia dai beneficiari stessi che dagli altri partner, da ottimizzare ed editare con omogenei template dinamici di avvio e fine e brevi schermate riassuntive. Il committente potrà richiedere inoltre successivi montaggi dei video raggruppandoli per unità tematiche o paese di origine.

Requisiti generali dei prodotti realizzati

Tutti i prodotti grafici e video, così come i testi, le immagini dovranno essere sistematicamente concordati con il committente, che si riserva di proporre adattamenti, integrazioni e modifiche anche di notevole entità alle proposte sviluppate dal fornitore.

Tutti i prodotti oggetto dell'affidamento dovranno essere realizzati con abbondanza di effetti grafici, testi dinamici, animazioni, effetti propri del graphic and web design contemporaneo (video grafica, graphic animations, motion graphics, ecc.) che comunichino con appeal, gusto innovativo e immediatezza di linguaggi i contenuti del progetto.

Tutti i prodotti video dovranno essere consegnati in tutti i formati richiesti dal Committente e correntemente in uso per la diffusione tramite web, social media, videoproiezione durante conferenze oppure a loop presso stand espositivi, eventuali trasmissioni televisive, ecc.

La piena proprietà ed i diritti di riproduzione di tutti i materiali prodotti i contenuti le immagini grafiche e fotografiche sviluppate per la realizzazione dei prodotti rimarranno ad esclusivo beneficio - in ogni contesto e senza alcuna limitazione - del committente e potranno essere utilizzati dal partenariato di progetto, dal programma ENI-CBC MED e dalla Commissione Europea, senza limitazione alcuna.

Tutte le tracce audio, i materiali video, le mappe geografiche, le immagini grafiche, fotografiche ecc. dovranno risultare in regola con i diritti di proprietà oppure libere da diritti di proprietà e riproduzione senza alcuna limitazione. L'eventuale acquisto di diritti dovrà essere preventivamente concordato con il committente.

L'affidatario dovrà farsi carico di procurare dai soggetti proprietari tutte le eventuali liberatorie necessarie per l'utilizzo dei materiali visivi impiegati o dall'affidatario stesso realizzati (fotografie, immagini audio video, videointerviste, diritti musicali, ecc.).

L'elaborazione dei contenuti testuali dovrà essere esclusivamente in lingua inglese.

Tutti i prodotti realizzati dovranno obbligatoriamente rispettare in ogni aspetto le norme e caratteristiche relative ai Publicity Requirements indicati dall'Unione Europea dal programma ENI-CBC MED.

La società selezionata dovrà essere presente a continui incontri di coordinamento e programmazione presso il Museo del Tessuto.

Tempistiche di realizzazione e consegna

L'immagine coordinata e il branding della Sustainability Campaign, nonché il video di lancio della stessa, dovranno essere inderogabilmente pronti per essere presentati in occasione della cerimonia di premiazione del We MeD Award (wemedaward.org con link attivo), prevista a Barcellona per il giorno 21 novembre 2022.

Entro il 21 novembre dovranno essere inoltre attivati i canali social della campagna e, dallo stesso giorno, dovrà essere immediatamente attivato il piano editoriale e l'advertising attraverso la promozione dei vincitori del sopra indicato contest.

Le altre tempistiche di produzione e consegna dei materiali e dei servizi verranno successivamente concordate con il personale del committente e copriranno il periodo da dicembre 2022 a settembre 2023.

Compenso previsto

In considerazione del budget di progetto allocato sull'attività oggetto del presente avviso, il compenso massimo per l'espletamento del servizio ammonta ad Euro 25.000, inclusivi di iva - se dovuta - oneri e accessori, da liquidarsi in tranches secondo le fasi di avanzamento delle attività, e in riferimento alla diverse task di progetto, e previa emissione di relative fatture. Rispetto a tale importo massimo complessivo, le società dovranno presentare la loro offerta a ribasso attraverso la compilazione, la firma e l'invio del modulo Allegato 1.

Presentazione dell'offerta

La presentazione dell'offerta dovrà avvenire via pec all'indirizzo museodeltessuto@pec.uipservizi.it entro il termine perentorio del **6 novembre 2022** indicando nell'oggetto il nome della società - Offerta servizi per capitalizzazione e sustainability campaign progetto STAND UP!.

La presentazione dell'offerta dovrà contenere i seguenti documenti in formato pdf:

- **Modulo di presentazione dell'offerta** di cui all'Allegato 1 debitamente sottoscritto dal Legale Rappresentante dell'Azienda, comprensivo di ribasso proposto rispetto all'importo massimo di Euro 25.000 al lordo di tutti gli oneri, espresso sia in termini percentuali che assoluti.
- Copia della **carta di identità** del Legale Rappresentante dell'Azienda.
- **Curriculum professionale** dell'Azienda corredato di **portfolio** di prodotti video, videografica, siti web e progetti o servizi di comunicazione realizzati negli ultimi 5 anni, con particolare attenzione ad attività di comunicazione e prodotti correlati realizzati nell'ambito di progetti europei.
- Presentazione di una **proposta progettuale** per immagine coordinata, branding e claim e di un **piano editoriale e di outreach** web e social relativi alla Sustainability Campaign con materiali visivi e grafici prodotti dall'azienda a titolo esemplificativo, dai quali poter dedurre lo stile grafico, l'apporto creativo, la capacità comunicativa, i linguaggi visuali proposti e gli strumenti tecnici e di comunicazione utilizzati.
- **Visura aggiornata della competente C.C.I.A.A.**, Ufficio del Registro delle Imprese, dal quale risultino i nominativi delle persone designate a rappresentare ed impegnare legalmente la Società, attestante altresì che l'impresa non si trova in stato di liquidazione, fallimento o concordato.

La Fondazione si riserva di acquisire e/o richiedere altra documentazione propedeutica all'affidamento del servizio, tra cui la certificazione relativa alla regolarità contributiva di cui al D.L. 25.09.2002 n. 210 convertito in Legge n. 266 del 22.11.2002.

Modalità e criteri di aggiudicazione

Una commissione interna della Fondazione esaminerà le offerte pervenute, le quali saranno valutate sommando i punteggi ottenuti dalle seguenti componenti:

- Curriculum e portfolio - evidenziando precedenti lavori di comunicazione per progetti europei - Max. 40 punti
- Proposta progettuale per immagine coordinata e piano editoriale punti Max. 50 punti
- Ribasso Offerta economica: Max. 10 punti

Qualora non venisse individuata l'offerta adeguata, la Fondazione si riserva di non conferire l'incarico.

Trattamento dati personali

Tutti i dati personali di cui la Fondazione venga in possesso in occasione dell'espletamento della procedura selettiva verranno trattati ai sensi del D.lgs. 196/2003 e GDPR 2016/679. Il conferimento di tali dati è obbligatorio ai fini della valutazione, pena l'esclusione dalla selezione.

Altre disposizioni

Ai fini di pubblicità e trasparenza, il presente avviso viene pubblicato nella sezione news del sito del Museo del Tessuto <http://www.museodeltessuto.it> ; ne viene inoltre data notizia attraverso segnalazione sui canali di informazione del Programma ENI CBC MED e del progetto STAND Up!

Gli incarichi conferiti ai candidati selezionati non potranno in alcun caso essere subappaltati a terzi.

Il Responsabile del procedimento è il dott. Filippo Guarini, Direttore del Museo del Tessuto.

Per informazioni e chiarimenti scrivere a: f.guarini@museodeltessuto.it

Prato, 19 Ottobre 2022