

CAPITOLATO TECNICO

Procedura comparativa per l'affidamento di un Contratto di prestazione di servizi per la realizzazione di un web doc sull'Agenda 2030 delle Nazioni Unite per lo Sviluppo Sostenibile, nell'ambito del progetto europeo Shaping Fair Cities

CIG: 78242485B4

SOMMARIO

Premessa	3
1. Oggetto della procedura di gara	5
2. Specifiche del prodotto richiesto	6
3. Cronoprogramma e tempi di realizzazione	8
4. Modalità di interazione e coordinamento con la Regione e con i partner di progetto.....	9
5. Modalità di redazione dell'offerta tecnica	9
6. Criteri di valutazione	10

PREMESSA

Gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile sanciti nell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite (Sustainable Development Goals, d'ora in poi "SDGs") sono un insieme di diciassette ambiziosi obiettivi globali, definiti nel 2015 durante uno storico vertice ONU e sviluppati attraverso un dialogo senza precedenti tra gli Stati membri, le autorità locali, la società civile, il settore privato e tutte le altre parti interessate.

A questo programma d'azione universale, a favore di un futuro migliore per le persone e il pianeta, si ispira ***Shaping Fair Cities***, un progetto europeo finanziato nell'ambito del **Programma DEAR** (Development Education Awareness Raising), ideato e coordinato dalla **Regione Emilia-Romagna** con la partecipazione di **17 partner di 8 Paesi europei** (Italia, Spagna, Grecia, Romania, Polonia, Croazia, Danimarca e Svezia) e **2 Paesi non UE** (Albania e Mozambico). Un progetto che, grazie alla sua partnership paneuropea e multi-stakeholder, aumenterà la consapevolezza e coinvolgerà attivamente i decisori locali, i funzionari pubblici, le organizzazioni della società civile e i cittadini nella localizzazione degli SDG, promuovendo il ruolo cruciale dei governi locali nell'attuazione della nuova serie di obiettivi e aprendo la strada a una Agenda 2030 locale.

Il progetto concentra l'attenzione su quattro SDG: **città sostenibili e resilienti** (SDG 11), **società pacifiche e inclusive** (SDG 16), **tutela dell'ambiente** (SDG 13) e **parità di genere** (SDG 5), con l'obiettivo di promuovere l'integrazione dell'Agenda 2030 nelle politiche locali, tenendo conto in particolare delle attuali sfide migratorie, attraverso una campagna di comunicazione ed un progetto di advocacy, condotti ed implementati dalle autorità locali coinvolte.

In particolare l'SDG 11 orienta il lavoro di comunicazione e advocacy del progetto verso le comunità urbane, in linea con il crescente riconoscimento internazionale dell'importanza della dimensione subnazionale dello sviluppo sostenibile.

Secondo alcune stime, entro il 2030, il 60% della popolazione mondiale si concentrerà nelle aree urbane. Se, fino ad oggi, grandi questioni come la pace, la sicurezza, i cambiamenti climatici e le migrazioni hanno riguardato principalmente il piano nazionale e internazionale, in futuro, gli interventi a lungo termine su questi temi richiederanno sempre più attenzione alla dimensione locale. La maggior parte di queste sfide necessita infatti di pianificazione, partecipazione e politiche locali mirate.

Tuttavia, secondo lo speciale *Eurobarometro 445* (2017), la maggioranza dei cittadini europei (59%) non ha mai sentito parlare degli SDG, mentre solo il 12% sa davvero cosa sono e solo 1 cittadino su 100 conosce gli SDG "molto bene" (*Glocalities*, 2016). La consapevolezza degli obiettivi di sviluppo sostenibile varia ampiamente tra gli Stati membri dell'UE.

L'ultimo *Eurobarometro standard* mostra che l'immigrazione è considerata la questione più importante per l'UE (58%).

Le città sono spesso il luogo in cui aumentano le disuguaglianze economiche e sociali che colpiscono soprattutto categorie vulnerabili come le minoranze e i migranti, e tra questi

in particolare le donne, le più svantaggiate in termini di inclusione sociale ed economica - e questo è evidente soprattutto nei Paesi di arrivo come la Grecia e Italia.

Una chiave di volta del processo di localizzazione dell'Agenda 2030 è costituita perciò dalle città, che il progetto mette al centro della propria azione (*Shaping Fair Cities*, appunto *dare forma a città giuste*): dei 17 partner di progetto, 10 sono infatti municipalità, Modena, Reggio Emilia, Forlì, Alicante (ES), Falköpings (SV), Patrasso (GR), Spalato (HR), Vejle (DK), Scutari (AL) e Pemba (Mozambico), cui si aggiungono 4 istituzioni regionali ROPS (Centro Regionale della Politica Sociale di Poznan, Polonia), Generalitat Valenciana, Spagna, BRCT (Ufficio regionale per la cooperazione transfrontaliera di Iași, Romania) e la Regione Emilia-Romagna, 2 organizzazioni della società civile (GVC e Women Network) e infine l'Università di Bologna (Facoltà di Scienze politiche e sociali, Campus di Forlì), a cui sono affidate le attività di studio e di ricerca alla base di tutte le altre azioni.

La campagna di comunicazione internazionale è coordinata da ROPS e GVC, in accordo con i partner e con il coordinamento della Regione Emilia-Romagna, e si orienterà in **tre principali direzioni: informativa, educativa e-o di advocacy**. A questi filoni comunicativi corrisponderanno diverse tipologie di azioni e di strumenti, sviluppati sulla base delle esigenze legate ai diversi obiettivi del progetto e ai diversi gruppi target a cui ci si rivolge.

La Regione Emilia-Romagna ha curato la definizione dell'**identità visiva** del progetto (**allegata**) ed il **Piano di Visibilità e Comunicazione (allegato)** che orienteranno la strategia di comunicazione internazionale, affidando ad **ERVET** compiti di assistenza tecnica e supporto per quanto riguarda alcune specifiche attività e prodotti comunicativi.

Per garantire sostenibilità, partecipazione e coerenza al progetto, **la strategia di comunicazione internazionale di progetto prevede che vengano sviluppati diversi strumenti digitali**, con una particolare attenzione al coinvolgimento di migranti e gruppi vulnerabili, e con prospettiva di genere.

Tra questi **strumenti digitali** si inserisce il **web doc, oggetto della presente procedura, che verrà prodotto con il coordinamento della Regione Emilia-Romagna e di ERVET e che dovrà raccontare in modo coinvolgente ed interattivo le esperienze di localizzazione degli SDG (SDG 5, 11, 13 e 16) nelle città partner del progetto.**

Informazioni dettagliate sul **progetto** sono disponibili sul sito: www.shapingfaircities.eu.

Informazioni dettagliate sui **17 Sustainable Development Goals** sono disponibili sul sito <https://www.un.org/sustainabledevelopment/>.

1. OGGETTO DELLA PROCEDURA DI GARA

Il servizio oggetto della presente procedura consiste nella **realizzazione di un web doc**, (o documentario interattivo), che racconti in modo innovativo, cross-mediale e partecipativo le esperienze di localizzazione degli obiettivi di sviluppo sostenibile dell'Agenda 2030 nelle città partner del progetto.

Il web doc dovrà illustrare in particolare quattro obiettivi di sviluppo – **parità di genere (SDG 5), città sostenibili e resilienti (SDG 11), tutela dell'ambiente (SDG 13) e società pacifiche e inclusive (SDG 16)** – e la loro effettiva integrazione all'interno delle politiche locali delle città partner, in tempo di grandi flussi migratori.

Il web doc dovrà includere le **esperienze**, le **voci** e il **contributo** delle **cittadine** e dei **cittadini**, dei **decisori locali**, dei **funzionari pubblici**, dei rappresentanti di **associazioni** e **organizzazioni della società civile** attivi nelle diverse città partner, con particolare attenzione verso le categorie vulnerabili quali le **minoranze** e i **migranti**, e tra questi in particolare le donne.

Nel racconto dovranno essere utilizzate **diverse forme espressive: video, fotografia, grafica, info-grafica, animazione, illustrazione, scrittura, audio**, ecc. in un mix di elementi di impatto e funzionalità all'interno della piattaforma web sviluppata per accogliere il web doc.

La narrazione cross-mediale ed interattiva che caratterizza il web-documentary dovrà consentire alle **diverse categorie** di fruitori **percorsi interattivi e personalizzati** dei contenuti: l'utente, attraverso le proprie scelte di navigazione e seguendo indizi visivi e sonori, dovrà essere partecipante attivo del web doc, potendo scegliere il proprio metodo di fruizione ed esplorare il documentario nelle sue diverse parti secondo percorsi differenziati.

Poiché i temi trattati dal progetto sono delicati e complessi, i **messaggi** dovranno essere elaborati principalmente in vista del loro **impatto emotivo**, con l'obiettivo di coinvolgere il più possibile il pubblico.

Il **target** a cui si deve rivolgere il web doc è **prevalentemente europeo e giovane**. La comunicazione e tutti i materiali prodotti devono essere caratterizzati da aspetti evocativi e suggestivi, gli elementi visivi devono essere in linea con l'identità visiva del progetto e devono essere scelti per il loro potenziale emotivo, e non solo informativo o documentario.

Gli offerenti potranno anche individuare **percorsi di fruizione pre-determinati** in funzione di **specifici target di pubblico**, prevedendo percorsi di navigazione diversi ed alternativi.

2. SPECIFICHE DEL PRODOTTO RICHIESTO

La **strategia di comunicazione internazionale** del progetto si basa su un mix di elementi che corrispondono alle finalità **informativa**, **educativa** e di **sensibilizzazione e promozione** (advocacy).

Tutti i contenuti del web doc dovranno essere realizzati (**contenuti originali**) e/o raccolti presso i partner (**contenuti non originali**) nelle seguenti città:

- Mozambico – Pemba
- Romania - Iasi
- Polonia - Poznan
- Danimarca – Vejle
- Croazia – Split
- Svezia - Falkoeping
- Albania - Scutari
- Grecia - Patrasso
- Spagna - Alicante
- Italia - Modena, Reggio Emilia, Forlì e Bologna

Nelle suddette *location* la società aggiudicataria, in accordo con la committenza e con il supporto di tutti i partner del progetto, dovrà realizzare **contenuti originali direttamente in loco** o prevedere la **raccolta e l'inserimento nel web doc di materiali forniti dai partner** ad integrazione dei contenuti originali prodotti.

Le *location* specifiche nelle **città in cui si effettueranno le riprese** verranno individuate dalla committenza con il contributo di tutti i partner di progetto. In base alle **indicazioni fornite dalla committenza**, l'aggiudicatario concorderà con i partner di progetto i dettagli dei video e degli altri materiali audio-visivi da produrre in loco e/o che saranno raccolti presso i partner stessi.

I partner del progetto offriranno inoltre supporto nell'organizzazione delle riprese, favorendo, ove necessario, il contatto tra l'aggiudicatario, le associazioni ed altri portatori di interesse. Per lo sviluppo delle relazioni con le comunità locali e con i diversi enti rilevanti di ciascun contesto locale l'aggiudicatario si avvarrà del supporto dei partner di ***Shaping fair cities*** nelle città di riferimento.

2.1 Contenuti originali

2.1.1 Audiovisivi

Minimo 9 video originali da girarsi in almeno **9 delle località** indicate, ciascuno di durata compresa tra **3' (durata minima)** e **10' (durata massima)**;

Per la realizzazione di ciascun video potranno essere **coperti i costi di 2 persone** al massimo (trasferte e compensi compresi).

I video inseriti all'interno del web doc dovranno essere girati nelle **lingue originarie** dei dieci Paesi di progetto e **sottotitolati in inglese e nelle lingue dei Paesi Partner**. Le **traduzioni** dei sottotitoli e dei testi **nelle lingue diverse dall'inglese** (italiano, polacco, rumeno, greco, spagnolo, portoghese, albanese, danese, svedese, croato) **saranno fornite da tutti i Partner del progetto**.

2.1.2 Fotografie

Minimo 180 fotografie originali da realizzare in almeno **9 delle località** indicate (minimo 20 fotografie per ciascuna città partner);

2.1.3 Grafiche, info-grafiche, illustrazioni, animazioni,

Da realizzarsi sulla base dei materiali messi a disposizione dei partner per ciascuna città, in linea con la strategia di comunicazione e l'identità visiva del progetto;

2.1.4 Minimo 1 cartella di testo in inglese per ciascuna città partner;

2.1.5 Un trailer della durata di 1'30'' dovrà essere prodotto ed integrato nel webdoc

2.2 Contenuti non originali

Ulteriori materiali audiovisivi e fotografici verranno forniti dai partner in accordo con la committenza e con i partner.

Nella realizzazione e/o raccolta dei materiali audio-visivi, l'aggiudicatario dovrà garantire il rispetto della **normativa privacy**, in particolare fornendo agli interessati l'informativa prevista ed ottenendo la liberatoria all'utilizzo della propria immagine. La liberatoria non sarà necessaria per riprese in luoghi e/o durante eventi pubblici, ovvero laddove vengano inquadrati persone non chiaramente riconoscibili o nel caso di personaggi pubblici nell'esercizio delle loro funzioni.

2.3 Piattaforma web – caratteristiche tecniche

Il web doc dovrà essere realizzato in un **ambiente completamente compatibile e integrabile con l'ambiente Windows** (sistemi operativi Microsoft Windows 2008 R2 o successivi)

Il prodotto dovrà essere sviluppato con **prodotti standard** e che non comportino un aggravio di costi non già compresi e previsti nell'offerta stessa.

Gli offerenti dovranno inoltre assicurare il **possesso di attrezzature e software per l'esecuzione di tutte le fasi** di progettazione, realizzazione e implementazione del web doc.

Il prodotto dovrà essere **configurato ed installato sui server Windows del Committente ERVET SpA** e consegnato funzionante sugli stessi in tutte le sue parti a conclusione del progetto.

Gli offerenti dovranno quindi integrare nella propria offerta i seguenti servizi:

- a. **Design della piattaforma e produzione degli elementi grafici** in linea con l'identità visiva del progetto;
- b. **Realizzazione e messa online della piattaforma** del web doc;
- c. **Disponibilità di uno spazio di test del prodotto** al quale il committente possa accedere nelle varie fasi di realizzazione per testarne gli sviluppi.
- d. **Assistenza tecnica** per il corretto funzionamento del prodotto fino al 31/12/2020

3. CRONOPROGRAMMA E TEMPI DI REALIZZAZIONE

Gli operatori economici dovranno specificare ed articolare le attività che intendono realizzare durante ciascuna delle macro-fasi di realizzazione del web doc sotto specificate:

Cronoprogramma di massima: attività previste e tempistica

		Inizio	Scadenza	Scadenza finale
A	Sviluppo della piattaforma e del concept grafico, tematico e narrativo	Dalla data d'inizio del contratto		Comunque entro il 2019
B	Produzione - Prima tranche di trasferte	da cronoprogramma di progetto	entro la data convenuta dal cronoprogramma	Entro settembre 2019
C	Produzione - Seconda tranche di trasferte	da cronoprogramma di progetto	entro la data convenuta dal cronoprogramma	Entro dicembre 2019
D	Integrazione di testi e altri materiali preesistenti			Entro marzo 2020
E	Postproduzione			Entro marzo 2020
F	Consegna del web doc e messa online	da cronoprogramma di progetto	entro la data convenuta dal cronoprogramma	Comunque entro la prima metà del 2020

4. MODALITÀ DI INTERAZIONE E COORDINAMENTO CON LA REGIONE E CON I PARTNER DI PROGETTO

La committenza, in accordo con il team di comunicazione internazionale del progetto coordinato dalla Regione Emilia-Romagna, manterrà una costante interazione con la ditta aggiudicataria per garantire la qualità della piattaforma web, dei video e dei materiali prodotti, monitorandone le fasi di progettazione, produzione e implementazione.

Nel corso della realizzazione del prodotto, oltre a scambi e aggiornamenti periodici sugli avanzamenti del progetto, **dovranno essere realizzati almeno 4 incontri** (indicativamente due all'anno nel 2019 e 2020) con il **team di progetto** della Regione Emilia-Romagna e di ERVET, presso la sede di Bologna.

In base alla proposta dell'operatore che risulterà aggiudicatario, verranno individuati e concordati i singoli soggetti da intervistare ed eventuali specifiche tipologie di riprese che si renderanno opportune con il supporto dei partner e della Regione.

Nel caso si rendessero necessarie variazioni e/o modifiche della proposta risultata aggiudicataria a seguito dell'avanzamento del progetto, la fattibilità tecnico-economica di ogni modifica/variazione verrà concordata con l'operatore aggiudicatario in modo da non comportare costi aggiuntivi.

L'aggiudicatario ed i suoi operatori dovranno inoltre **rendersi disponibili a interagire con i partner di progetto per la raccolta, catalogazione e selezione** di materiale fotografico, audio, video, testi che possano risultare di arricchimento per il prodotto finale (web doc).

Durante l'esecuzione del contratto l'aggiudicatario dovrà inoltre presentare alla committenza gli output corrispondenti a ciascuna delle principali macro-fasi: **pre-produzione, produzione, post-produzione e messa online** del web doc.

Nel dettaglio gli aggiornamenti dovranno riguardare:

- 1 Sviluppo della piattaforma web
- 2 Sviluppo del concept tematico e grafico
- 3 Ricerca e raccolta dei contenuti preesistenti e forniti dai partner
- 4 Sviluppo del trattamento dei video e delle interviste
- 5 Sviluppo di uno storyboard per le eventuali animazioni
- 6 Produzione: piano di produzione e realizzazione delle riprese
- 7 Postproduzione: montaggio degli audiovisivi
- 8 Implementazione della piattaforma e messa online

5. MODALITÀ DI REDAZIONE DELL'OFFERTA TECNICA

I fornitori partecipanti alla procedura devono presentare una offerta redatta in lingua italiana, articolata nelle seguenti parti:

- 1) **Concept grafico, tematico e narrativo**, che funga da filo conduttore per la fruizione dei contenuti audiovisivi, delle interviste, dei materiali fotografici e di tutti gli altri materiali prodotti e/o messi a disposizione dei partner;
- 2) **Meccanismi, organizzazione, procedure dettagliate e tempistica di erogazione** dei diversi servizi richiesti
- 3) **Descrizione delle attrezzature e dei software** per l'esecuzione di tutte le fasi di progettazione, realizzazione e implementazione del web doc.
- 4) **Organizzazione del Team di lavoro**, con specifica indicazione di ruolo e impegno dei componenti del Team col quale la società intende realizzare l'oggetto dell'appalto, allegando i CV delle figure professionali coinvolte;
- 5) **Descrizione specifica delle modalità di interazione con la committenza** durante le fasi di esecuzione del contratto
- 6) **Modalità relative alla fornitura del servizio di assistenza alla manutenzione** della piattaforma web
- 7) **Cronoprogramma**

6. CRITERI DI VALUTAZIONE

I criteri di valutazione delle offerte tecniche sono i seguenti

Criteri di Valutazione	Punteggi max
Esperienza dell'operatore economico, con particolare riferimento alla realizzazione di prodotti analoghi, da comprovare tramite la presentazione del CV aziendale	10
Organizzazione e composizione del Team di lavoro, con specifica indicazione di ruolo e impegno dei componenti, col quale la società intende realizzare l'oggetto del servizio, da comprovare tramite la presentazione dei CV delle figure professionali individuate	10
Qualità, originalità e innovatività del concept grafico, tematico e narrativo	20
Grado di interattività prevista nella fruizione del webdoc ed articolazione di percorsi di consultazione secondo diverse tipologie di target groups	20
Qualità ed articolazione delle specifiche attività nell'ambito del cronoprogramma di massima indicato, con elaborazione di un cronoprogramma specifico di progetto	10
Livello e articolazione del servizio di assistenza e manutenzione	10
TOTALE	80