PROCEDURA DI GARA APERTA

ai sensi dell'art. 71 del D. Lgs. n. 36 del 2023, per l'affidamento di appalto avente ad oggetto l'erogazione di servizi di sviluppo e realizzazione delle attività di comunicazione del Programma nazionale "Giovani, donne e lavoro FSE+ 2021-2027"

CUP I89I26000230006

CAPITOLATO DESCRITTIVO E PRESTAZIONALE

I. PREMESSA: PROGRAMMA, PRIORITÀ, OPERAZIONI DI IMPORTANZA STRATEGICA E OPERAZIONI GIÀ AVVIATE O DI PROSSIMA ATTIVAZIONE

I.1 Programma

Con Decisione di esecuzione (UE) C 2022/9030 della Commissione del 1° dicembre 2022 (https://www.lavoro.gov.it/pn-giovani-donne-lavoro/programma) è stato approvato il Programma nazionale Giovani, donne e lavoro (Pn Gdl), cofinanziato dal Fondo sociale europeo Plus, Programmazione 2021-2027.

Successivamente il Programma è stato riprogrammato per incrementare il sostegno agli incentivi all'assunzione per giovani e donne e introdurre la priorità Step, volta a sviluppare competenze specifiche per le nuove tecnologie e la transizione digitale ed ecologica in settori strategici (cfr. Decisione di esecuzione della Commissione C(2025) 5730 del 14 agosto 2025).

La titolarità del Programma detto (giusta DL n. 75 del 2023, conv. L n. 112 del 2023) è attualmente dello scrivente Ministero, presso il quale anche è incardinata l'Autorità di Gestione.

Una componente dell'attuazione del Programma avverrà ad opera di Organismi Intermedi appositamente individuati, ai sensi dell'art. 71 del Regolamento UE n. 1060/2021 (ad

esempio, INPS, INAPP, Regioni e PP.AA.).

Le azioni non delegate a tali Organismi saranno realizzate a cura dello scrivente Ministero, attraverso operazioni *a regia* (ovvero interventi per i quali il Ministero riveste anche il ruolo di Beneficiario, come per esempio le operazioni di acquisto di servizi di supporto ai compiti di attuazione e controllo del Programma) e *a titolarità* (ovvero interventi che prevedono Beneficiari diversi dalla scrivente Ministero).

Il Programma concorre all'obiettivo di un'Europa più sociale e inclusiva attraverso l'attuazione del Pilastro europeo dei diritti sociali il cui Piano d'azione prevede tre obiettivi principali da raggiungere entro il 2030:

1. almeno il 78% della popolazione di età compresa tra i 20 e i 64 anni dovrebbe avere un lavoro;
2. almeno il 60% di tutti gli adulti dovrebbe partecipare ogni anno ad attività di formazione;
3. il numero di persone a rischio di povertà o di esclusione sociale dovrebbe essere ridotto di almeno 15 milioni.

I.2 Priorità

La strategia del Programma nazionale Giovani, donne e lavoro 2021-27 si sviluppa sulle seguenti cinque priorità (assistenza tecnica a parte)

Priorità 1 - Facilitare l'ingresso dei giovani al lavoro

Con questa priorità il programma vuole raggiungere, coinvolgere e motivare al lavoro le persone giovani e promuovere il loro ingresso nel mondo lavorativo.

Le misure previste sono:

- incentivi rivolti a giovani con meno di 35 anni per la creazione di impresa e per il lavoro autonomo – con azioni di accompagnamento e formazione. Gli incentivi saranno rivolti a iniziative da avviare nel centro-nord del Paese, nel sud del Paese e a iniziative che punteranno a sviluppare nuove tecnologie e a promuovere la transizione al digitale ed ecologica;

- incentivi alle aziende con sede in tutto il territorio nazionale, ma con maggiori vantaggi per quelle con sede nel sud del Paese, che potranno beneficiare di esoneri contributivi se assumono persone con meno di 35 anni.

Priorità 2 - Favorire il lavoro delle donne e delle persone in condizioni di vulnerabilità

Con questa priorità il programma sostiene l'occupabilità delle donne e delle persone in condizioni di marginalità, vulnerabilità sociale e discriminazione.

Le azioni previste sono:

- incentivi alle aziende che potranno beneficiare di esoneri contributivi se assumono donne disoccupate;
- incentivi alle aziende che potranno beneficiare di esoneri contributivi se assumono persone disoccupate, con più di 35 anni di età, in sedi situate nelle Regioni Zes del Paese.

Priorità 3 - Formare nuove competenze di lavoratori nel digitale e nelle transizioni ecologiche

Con questa priorità il programma aiuta le imprese a stare al passo con i cambiamenti del mondo del lavoro: supporta lo sviluppo delle competenze digitali e green di lavoratrici e lavoratori, favorisce un invecchiamento attivo e sano, sostiene ambienti di lavoro salubri, sicuri e adeguati.

Le azioni della priorità si realizzano attraverso il Fondo nuove competenze, individuato quale programma-guida per la formazione delle lavoratrici e dei lavoratori. Le imprese interessate possono candidarsi seguendo le istruzioni degli avvisi.

Le azioni puntano a sviluppare le competenze necessarie alle transizioni tecnologiche, ecologiche e digitali, in raccordo con le imprese e con i servizi per il lavoro; rilevare i fabbisogni del tessuto produttivo, anche attraverso lo sviluppo di interventi di *skills intelligence* (raccolta, analisi e interpretazione di dati relativi alle competenze necessarie nel mercato del lavoro); aggiornare l'analisi dei fabbisogni formativi e occupazionali delle imprese; sperimentare modelli di partenariato per lo sviluppo di nuove professioni.

Le persone destinatarie finali sono lavoratrici e lavoratori di imprese che hanno riconvertito, o hanno intenzione di riconvertire, la propria attività produttiva e che hanno necessità di adeguare delle competenze del proprio personale.

Priorità 4 - Modernizzare i servizi per il lavoro e le politiche attive

Con questa priorità il programma si propone di modernizzare il mercato del lavoro, anche attraverso ricerche, studi e analisi, e di offrire a cittadine e cittadini servizi territoriali innovativi, efficienti e integrati, che consentano a tutti condizioni paritarie di accesso al lavoro.
L'obiettivo viene raggiunto anche grazie alla creazione di comunità di pratiche da sperimentare, d'intesa con le Regioni, in tutto il Paese.

Destinatari delle misure sono i servizi per il lavoro, le istituzioni, le amministrazioni locali, i soggetti pubblici e privati che operano nelle politiche attive del lavoro, il partenariato economico e sociale, il mondo imprenditoriale, il terzo settore, gli enti di formazione.

Le persone in cerca di occupazione, inattive, giovani, le donne e altre persone in condizioni di vulnerabilità e i datori di lavoro beneficeranno dei risultati delle misure finanziate.

Priorità 6 – Rafforzare le competenze nei settori STEP

Questa priorità finanzia, nell'ambito del Fondo nuove competenze, le azioni che permettono di aggiornare le competenze di lavoratrici e lavoratori nei settori e tecnologie digitali, nell'innovazione delle tecnologie deep tech, nelle tecnologie pulite e nelle

biotecnologie. Si tratta dei settori che la Commissione europea ha individuato come strategici per la competitività, la produttività e l'autonomia dell'Unione europea.

I.3 Operazioni di importanza strategica

Le operazioni di importanza strategica (OIS) sono una delle novità introdotte nella programmazione 2021-2027.
Si tratta di operazioni chiave, identificate come tali per il contributo significativo che offrono al raggiungimento degli obiettivi del programma e della stessa politica di coesione: ad esempio per le risorse economiche che prevedono, per la numerosità o le caratteristiche delle persone cui sono rivolte, per la loro portata innovativa, o per la capacità di impatto sui territori.

Le operazioni di importanza strategica, denominate anche "Progetti Europa '27", sono soggette a particolari misure di sorveglianza e comunicazione (articolo 2, punto 5 del Regolamento UE 2021/1060).

Il Programma nazionale Giovani, donne e lavoro ne individua tre:

1. Strategia di outreach per i giovani Neet;
2. Sostegno al welfare territoriale in chiave di conciliazione dei tempi di vita;
3. Fondo nuove competenze.

Dal punto di vista delle azioni di comunicazione da realizzare, i progetti/operazioni il cui costo supera i 10 milioni di euro sono equiparati alle operazioni di importanza strategica.

I.4 Azioni già avviate o di prossima attivazione

Fra le azioni già avviate o di prossima attivazione di competenza dello scrivente Ministero si segnalano le seguenti:

- *Fondo Nuove Competenze* (ai sensi dell'art. 88, Decreto-Legge 34 del 19 maggio 20210, convertito con modificazioni dalla L. 17 luglio 2020, n. 77, e successive modifiche ed integrazioni);
- *Excelsior*, Sistema informativo per l'occupazione e per la programmazione della formazione (2023-2025);
- *Dialogo sociale parti sociali:* interventi di formazione destinati ai delegati e operatori delle parti sociali in materia di dialogo sociale;

- Dialogo sociale terzo settore: interventi di formazione destinati ai volontari, associati, occupati del terzo settore in materia di dialogo sociale;

- Progetto Rete EURES Italia: sostegno alla mobilità professionale in Europa;
- Trasmissione televisiva Rai *Il posto giusto;*
- affidamento alla S*ocietà in house* al MLPS Sviluppo Lavoro Italia per la realizzazione dei progetti:
    - "Pro - Qualificazione delle Politiche e dei sistemi per il lavoro"
    - "Modernizzazione e innovazione dei servizi per il lavoro"
    - "Digitalizzazione e innovazione tecnologica nei servizi per il lavoro"
    - "Scuola nazionale politiche attive del lavoro"
    - "Strumenti e interventi per la riduzione del mismatch"
    - "Servizi per le transizioni"
    - "Apprendimento in modalità duale"
    - "Innovare la formazione continua"
    - "Interventi per la riduzione dei divari"
    - "Reti specialistiche e misure per l'inserimento lavorativo delle persone detenute";
- contratti esecutivi di Accordi Quadro CONSIP, nonché svolgimento di procedure di gara autonome, per l'acquisizione di beni e servizi;
- misure per la promozione dell'autoimpiego nel lavoro autonomo, nelle libere professioni e nell'attività d'impresa, attuate da INVITALIA, Ente Nazionale Microcredito e Sviluppo Lavoro Italia:
    - A*utoimpiego Centro nord,* ai sensi dell'art. 17 del Decreto Legge 7 maggio 2024, n. 60 convertito con modificazioni dalla L. 4 luglio 2024, n. 95;
    - *Resto al Sud 2.0*, ai sensi dell'art 18 del Decreto Legge 7 maggio 2024, n. 60 convertito con modificazioni dalla L. 4 luglio 2024, n. 95.

Fra le deleghe invece conferite o in via di conferimento ad Organismi intermedi del Programma, Regioni a parte, si segnalano le seguenti:

- Delega all'Istituto Nazionale per l'Analisi delle Politiche Pubbliche (INAPP), con il ruolo di Organismo per la realizzazione delle azioni ricomprese nella Priorità 4 - "Modernizzazione dei servizi per il lavoro e delle politiche attive: azioni di supporto e innovazione, nonché metodi, strumenti e ricerca utili a migliorare la programmazione e l'erogazione delle misure" per la realizzazione delle operazioni/progetti:
    - Supportare, con indagini campionarie e trasversali, le politiche pubbliche

per modernizzare i servizi per il lavoro e favorire l'equità, l'inclusione e la riduzione dei divari territoriali.

- Implementare l'Atlante del lavoro e migliorarne l'accessibilità e l'utilizzo; potenziare il Sistema informativo delle professioni e contribuire ad aggiornare il Sistema nazionale di individuazione, validazione e certificazione delle competenze (Ivc).
- Approfondire l'analisi empirica per valutare l'efficacia delle politiche per l'occupazione.
- Migliorare la qualità dei servizi di istruzione e formazione professionale sul territorio, con particolare attenzione alla modalità duale, per facilitare le transizioni nel mondo del lavoro e migliorare la risposta alle esigenze dei sistemi produttivi.
- Contribuire a rendere più efficaci le politiche di inclusione per le categorie svantaggiate e favorire l'integrazione tra servizi sociali, sanitari, educativi, formativi e servizi per l'impiego.
- Qualificare le reti di sistema e le funzioni di accompagnamento e realizzare indagini campionarie e ricorsive a supporto del Servizio civile universale.
- Aumentare la qualità, l'accessibilità e la diffusione delle informazioni statistiche prodotte dall'istituto.

- Comunicare gli interventi realizzati con il Piano Inapp 2023-2026.

- Delega all'Istituto Nazionale Previdenza Sociale (INPS) per l'attuazione dei seguenti sgravi contributivi:
  - *Incentivo NEET* ai sensi dell'art. 27 del decreto – legge del 4 maggio 2023, n. 48, convertito, con modificazioni, dalla legge 3 luglio 2023, n. 85;
  - *Incentivi all'Autoimpiego nei settori strategici per lo sviluppo di nuove tecnologie e la transizione digitale* di cui all'art. 21 del Decreto Legge 7 maggio 2024, n. 60 convertito con modificazioni dalla L. 4 luglio 2024, n. 95;
  - *Bonus Giovani* ai sensi dell'art. 22 del Decreto Legge 7 maggio 2024, n. 60 convertito con modificazioni dalla L. 4 luglio 2024, n. 95;
  - *Bonus Donne* ai sensi dell'art. 23 del Decreto Legge 7 maggio 2024, n. 60 convertito con modificazioni dalla L. 4 luglio 2024, n. 95;
  - *Bonus Zona Economia Sociale Unica per il Mezzogiorno* di cui all'art. 24 del Decreto Legge 7 maggio 2024, n. 60 conv., con modificazioni, con L. 4 luglio 2024, n. 95.

II. LA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE E GLI OBIETTIVI DI COMUNICAZIONE

II.1 La strategia generale di comunicazione

La strategia generale di comunicazione del programma è coerente con gli indirizzi della Strategia nazionale di comunicazione unitaria del Paese e prevede che le attività di comunicazione e visibilità siano attuate con un approccio integrato, in collaborazione con gli attori della Rete delle politiche attive del lavoro e con la Rappresentanza in Italia della Commissione europea.

Le azioni di comunicazione garantiranno la riconoscibilità del contributo ricevuto dal Fse+, e contribuiranno a rendere visibile l'intervento dell'Unione europea nel nostro Paese. La visibilità del supporto europeo sarà assicurata in primis dall'attenta ottemperanza agli adempimenti obbligatori in materia di informazione e pubblicità, sia da parte dell'autorità di gestione che da parte dei soggetti beneficiari che attuano gli interventi.

L'autorità di gestione (AdG) ha nominato una responsabile della comunicazione del programma, che partecipa alle reti nazionale ed europea di informazione e comunicazione per garantire il confronto e lo scambio reciproco sulle attività da realizzare. L'AdG ha inoltre predisposto e pubblicato apposite Linee guida di comunicazione, strumento di riferimento per le attività di comunicazione di organismi intermedi e beneficiari del programma.

Per monitorare le iniziative di comunicazione e visibilità la Strategia ha previsto indicatori di realizzazione, risultato e impatto. Ove pertinente, si prevede la misurazione di un indicatore di adesione.

Con riferimento alle operazioni di importanza strategica, e alle operazioni il cui costo supera il 10 milioni di euro, saranno implementate specifiche attività di informazione e comunicazione (pagine dedicate sul sito web del programma, eventi, pubblicazioni e comunicati ad hoc) per aumentarne la visibilità.

II.2 Gli obiettivi generali di comunicazione

Comunicazione, trasparenza e semplificazione caratterizzano la comunicazione del programma verso il pubblico. Questi gli obiettivi generali della strategia di comunicazione:

1. Informare i cittadini su obiettivi, strategie e risultati del programma, evidenziando il ruolo dell'Unione europea rispetto agli obiettivi della politica di Coesione;
2. Garantire che i potenziali beneficiari e destinatari siano informati sulle opportunità di finanziamento del programma, assicurando trasparenza, accessibilità e imparzialità nell'utilizzo delle risorse tramite un'adeguata pubblicizzazione delle procedure e delle operazioni;
3. Mettere a disposizione strumenti e informazioni accessibili attraverso un linguaggio semplice e privo di tecnicismi;

4. Supportare gli organismi intermedi e i beneficiari nell'ambito delle loro attività di comunicazione, anche attraverso la diffusione di informazioni relative ad obblighi e responsabilità e la promozione di strumenti per la loro corretta attuazione.
5. In maniera trasversale, promuovere la prospettiva di genere e l'accessibilità a persone con disabilità.

II.3 Gli obiettivi specifici di comunicazione

Per garantire il raggiungimento degli obiettivi generali prefissati, il programma prevede una serie di obiettivi specifici da raggiungere nel 2026 e negli anni a seguire:

a) Incrementare la conoscenza del Programma e della politica di coesione

- Realizzare azioni di comunicazione che promuovano il programma nazionale Giovani, donne e lavoro nel suo complesso, finalizzate a una sua presentazione sintetica e di impatto, che veicoli il focus del programma e la sua ratio di origine, il suo "perché"; questa azione include la creazione di una forte identità visiva del programma che rielabori la linea grafica del programma già usata nel sito, che occorre potenziare e adattare alle diverse esigenze e declinazioni.
- Realizzare azioni di comunicazione che promuovano le priorità del programma nel loro insieme (esclusa la priorità di assistenza tecnica) e il loro "perché", individuando per ciascuna nomi più memorizzabili e immediati, e presentandone l'utilità in maniera coinvolgente e narrativa, creando per ciascuna un piano di comunicazione ad hoc che accompagni i loro avanzamenti principali e che richiami la linea grafica del programma nazionale.

b) Incrementare la conoscenza dei progetti/operazioni

- Realizzare azioni di comunicazione dedicate alle OIS, in quanto emblematiche delle priorità 1, 2 e 3 del programma e azioni di comunicazione dedicate alla priorità 4. Tali azioni promuovono il "perché" delle operazioni/priorità, individuando per ciascuna nomi più memorizzabili e immediati, e presentandone l'utilità in maniera coinvolgente e narrativa, creando per ciascuna una pianificazione della comunicazione ad hoc che accompagni i loro avanzamenti principali e che richiami la linea grafica del programma nazionale. Le azioni di comunicazione dovranno permettere di conoscere le operazioni nelle diverse fasi di attuazione e valorizzarne i risultati, tramite raccolta dati e promozione di buone pratiche. Per le operazioni di importanza strategica e quelle di costo superiore ai 10 milioni di euro, occorre da Regolamento Ue 2021/1060 realizzare una attività di comunicazione dedicata e di particolare rilievo. Anche in questi casi è utile definire una pianificazione della comunicazione ad hoc, modulata in base ai tempi di realizzazione e ai target da raggiungere.

c) Incrementare la reputazione del Programma e della politica di coesione e del

ruolo dell'Europa

- Comunicare i progetti in corso di realizzazione e realizzati, raccogliere dati relativi, promuovere le buone pratiche e i risultati raggiunti enfatizzando come queste iniziative contribuiscono a migliorare la vita delle persone e il contributo dell'Europa alla loro realizzazione.

d) Incrementare la partecipazione dei cittadini e dei partner

- Coinvolgere e sensibilizzare i cittadini, incrementarne la partecipazione, in particolare delle giovani generazioni, agli interventi e alle opportunità offerte dal programma. Costruire percorsi di comunicazione targettizzata per favorire il coinvolgimento mirato del pubblico di riferimento per ogni avviso/intervento. Favorire l'applicazione di modalità operative basate sullo storytelling, sull'uso di testimonial e sul racconto di esperienze e buone pratiche relative ad interventi/progetti finanziati dal Programma.
- Coinvolgere e sensibilizzare organismi intermedi e beneficiari in merito alle loro attività di comunicazione: creare occasioni strutturate per costruire un rapporto stabile e fattivo con organismi intermedi e beneficiari, il partenariato e gli stakeholder, volto a condividere l'applicazione corretta delle linee guida di comunicazione del programma, e a ideare congiuntamente e promuovere le azioni di comunicazione in capo a OI e beneficiari con modalità e strumenti standard e armonizzati, che richiamino l'identità visiva del programma per potenziare la comunicazione del programma.

III. I PUBBLICI DI RIFERIMENTO

I contenuti delle attività di comunicazione sono definiti in base ai gruppi target di riferimento, identificati nei seguenti:

Opinione pubblica: alcune azioni, come ad esempio quelle che hanno come obiettivo quello reputazionale, saranno rivolti all'opinione pubblica generale.

Beneficiari effettivi: aziende e datori di lavoro che attuano le operazioni; attori istituzionali pubblici e privati delle politiche attive del lavoro, partenariato (organizzazioni datoriali e sindacali), terzo settore, enti di formazione coinvolti nell'attuazione dei progetti/operazioni

Beneficiari potenziali; aziende e datori di lavoro; attori istituzionali pubblici e privati delle politiche attive del lavoro, partenariato (organizzazioni datoriali e sindacali), terzo settore, enti di formazione interessati a partecipare come attuatori ai progetti del programma

Giornalisti e Moltiplicatori di informazione: autorità pubbliche competenti, media di settore e media generalisti, agenzie stampa, piattaforme digitali, comunità scientifica: questi soggetti andranno coinvolti fornendo informazioni e materiali (kit stampa con foto, video, testi) e invitandoli a partecipare a eventi, per sensibilizzarli su realizzazioni e risultati del programma e facilitare il loro lavoro di moltiplicatori di informazione.

Partner e Reti: organismi intermedi che agiscono su delega dell'Autorità di gestione, già individuati o da individuare; partenariato (organizzazioni datoriali e sindacali), componenti del Comitato di sorveglianza, da coinvolgere tramite azioni dedicate

Destinatari finali degli interventi: cittadine/i, con particolare riferimento alle persone più lontane dal mercato del lavoro: giovani donne inattive, disoccupati di lunga durata, persone con disabilità e altre fragilità (partecipanti potenziali ed effettivi). Questi gruppi target saranno ulteriormente segmentati in caso di campagne ad hoc;

Combinazione di diversi pubblici: per alcune attività la comunicazione potrà essere destinata ad una combinazione di diversi pubblici.

IV. CARATTERISTICHE, TIPOLOGIA ED ARTICOLAZIONE E TIPOLOGIA DELLE AZIONI

Le azioni di comunicazione del Programma Giovani, donne e lavoro 2021–2027 accompagnano l'intero ciclo di vita del Programma e hanno l'obiettivo di:

- rendere riconoscibile e comprensibile il Programma nel suo complesso;
- valorizzare priorità, operazioni e risultati;
- rafforzare la reputazione della politica di coesione;
- favorire la partecipazione attiva di cittadini, beneficiari e partner.

Le azioni suindicate (eventualmente articolate in Piani annuali) si sviluppano nel loro complesso su **tre livelli integrati**:

1. Livello di Programma
   Comunicazione istituzionale e reputazionale del Programma nel suo complesso.
2. Livello di realizzazione delle operazioni/progetti
   Comunicazione mirata sulla realizzazione degli interventi principali
3. Livello di risultati
   Valorizzazione di progetti, buone pratiche, operazioni strategiche e risultati concreti per le persone.

Trasversalmente, la Azioni di comunicazione adottano:

- un approccio multicanale (online/offline);

- modalità narrative basate principalmente su storytelling, testimonianze e casi reali;
- una forte attenzione ad accessibilità, inclusività e linguaggio chiaro;
- il coinvolgimento strutturato di organismi intermedi, beneficiari e partner come moltiplicatori di comunicazione.

Tutte le attività di comunicazione saranno accompagnate da servizi di **monitoraggio e valutazione** in ordine all'andamento e ai risultati delle medesime.
In particolare, la finalità generale è di rilevare quanto il Programma, e le tematiche ad esso correlate, siano conosciuti e ricordati, compresi e apprezzati dai diversi pubblici e di fornire una valutazione dell'impatto delle iniziative di comunicazione sul livello di conoscenza e coinvolgimento delle persone.

Si richiede, a cura del gruppo di lavoro (v.si Linea di servizio n. 6):

1. il monitoraggio specifico dei **post dei canali social del programma**, da realizzare su base:
   - quotidiana, per controllare i commenti, per la gestione della community, con restituzione all'amministrazione via email, ove necessario;
   - settimanale o comunque a conclusione delle campagne social, con restituzione di report, per analizzare i trend e valutare quali contenuti funzionano meglio e adeguare la strategia;

2. il monitoraggio settimanale dei canali social (**rassegna social**) sui temi riguardanti il settore dei fondi europei in Italia, con restituzione settimanale via email. L'elenco delle keywords sarà concordato con gli uffici dell'Amministrazione e nel corso della fornitura potrà essere modificato e/o integrato;

3. il monitoraggio quotidiano della **rassegna stampa telematica** quotidiana (fornita dal committente), con restituzione via email su base quotidiana, che dovrà includere l'invio di ritagli di stampa riguardanti la stampa nazionale. Anche in questo caso l'elenco delle keywords sarà concordato con gli uffici dell'Amministrazione e nel corso della fornitura potrà essere modificato e/o integrato;

4. il monitoraggio più ampio e su base semestrale, di **indicatori di realizzazione e risultato dell'insieme delle azioni di comunicazione**, individuati a livello nazionale (cfr. Allegati 2, 3 e 4 delle "Linee Guida per la pianificazione strategica delle attività di comunicazione" disponibili su https://opencoesione.gov.it/it/comunicazione_2021_2027/). Gli indicatori di realizzazione daranno conto dell'attuazione delle azioni di comunicazione (es. visite sul sito web, follower social media, eventi pubblici, partecipanti coinvolti, pubblicazioni realizzate…). Gli indicatori di risultato valuteranno l'utilità dell'azione di comunicazione rispetto ai destinatari e il grado di coinvolgimento tramite i canali social (es. ricerca di ulteriori informazioni,

condivisioni, commenti, download). Si prevede la restituzione di n. 2 **report annuali** di monitoraggio (per un totale di 6 report nel corso dell'intera fornitura).

Saranno invece raccolti tramite servizi da acquistare ad hoc (cfr. Linea di servizio 7. Servizi di monitoraggio e valutazione) i dati utili a misurare gli indicatori di **impatto**, che misurano il miglioramento del grado di conoscenza delle politiche di coesione e la riconoscibilità degli interventi (ove pertinente, si prevede la misurazione di un indicatore di adesione, per misurare l'efficacia della comunicazione nel convincere i destinatari sulla bontà delle iniziative e quindi sull'adesione agli interventi finanziati dal Fse+).
Si prevede la raccolta e l'analisi di dati utili a misurare la capacità delle attività informative di raggiungere i target riferimento a partire da una base-line. Tale base-line sarà confrontata con i dati di monitoraggio e valutazione raccolti in una fase di realizzazione delle attività più avanzata e dopo la chiusura delle stesse.

I dati relativi agli indicatori di **impatto specifici per il web** saranno invece raccolti tramite n. 1 indagine di **sentiment analysis** (cfr. Linea di servizio 7. Servizi di monitoraggio e valutazione).

* * *

Di seguito si propone un **esempio di articolazione delle iniziative**, adattabile e rivedibile sulla base degli specifici momenti di pianificazione e progettazione propedeutici alla effettiva realizzazione delle attività.

Azione 1: Promozione del Programma e comunicazione circa le operazioni svolte ed i risultati conseguiti

Con la presente Azione, il Ministero intende, più precisamente, garantire una diffusione ampia, chiara e coerente delle opportunità offerte e dei risultati raggiunti dal Pn Giovani, donne e lavoro 2021-2027 e, allo stesso tempo, promuovere l'Europa e il suo sostegno al miglioramento della vita dei cittadini.

Essa prevede la progettazione e realizzazione di un'identità coordinata che renda il Programma immediatamente riconoscibile e la definizione di un sistema integrato per la gestione dei contenuti informativi destinati ai diversi canali (sito web, social media, newsletter ecc.). Il sito web è già online a questo indirizzo https://www.lavoro.gov.it/ pn-giovani-donne-lavoro/ e sarà gestito e implementato direttamente dall'amministrazione, salvo la creazione di immagini ad hoc coerenti con la nuova identità visiva del programma che sono richieste al fornitore (v.si Linea di servizio n. 2).

I canali social Facebook, Instagram, Linkedin e YouTube dovranno essere creati ex novo e gestiti dal fornitore, ivi inclusa la gestione della community online, in stretto raccordo con l'Amministrazione Questa specifica attività sarà richiesta al gruppo di lavoro (v.si Linea di

servizio n. 6).

L'attuazione dell'azione richiede l'attivazione integrata di diversi strumenti di comunicazione, ovvero:

- messa a punto dell'**identità visiva** del Programma, a partire dalle attuali grafiche del sito Programma alla quale dovranno allinearsi tutti gli strumenti ed i prodotti appresso descritti, con realizzazione di apposito set di immagini grafiche;
- ideazione e realizzazione di **video e audio corporate istituzionali** (anche con interprete della lingua dei segni), in formato video social, video TV e solo audio;
- *ideazione e realizzazione di **spot radio corporate istituzionali**;*
- ideazione e realizzazione di **campagna social corporate**, consistente, in particolare in apposita serie di Post (sponsorizzati ed in organico);
- ideazione e realizzazione di **campagna social sui risultati** delle operazioni poste in essere attraverso il Programma, consistente, in particolare, in apposita serie di Post (sponsorizzati ed in organico);
- potenziamento della diffusione **delle notizie**, attraverso, in particolare servizi informativi resi dalle agenzie di stampa;
- **affissioni** fisiche ed elettroniche;
- ideazione e realizzazione di **gioco o giochi didattici** interattivi;
- approntamento e fornitura di **pieghevoli** e di **gadget** personalizzati per eventi;
- **partecipazione a manifestazione e fiere** organizzate da terzi (allo stato individuati in Forum PA, ANCI, evento Genova, evento Napoli, Job&Orienta), allestimenti e servizi tecnici compresi;
- diffusione di **newsletter on line** (redazione testi esclusa);
- ideazione di **pubblicazione l Programma** (compresa elaborazione testi, linea grafica e stampa);
- messa a disposizione di **applicativo SW online** per la gestione integrata dei canali social (in abbonamento);
- ideazione e realizzazione dei **Evento di chiusura** del Programma, ogni componente compresa (di progettazione, organizzativa, logistica, tecnica, promozionale, gadgets, pieghevoli, diretta social, fotografia, presentazioni, etc.);
- organizzazione e svolgimento dei **Comitati di sorveglianza**, ogni componente compresa (di preparazione, organizzativa, logistica, tecnica, gadgets, presentazioni, etc.).

Tutti i prodotti e servizi che verranno richiesti all'Operatore affidatario nell'ambito della presente Azione 1 sono comunque meglio individuati, anche sotto il profilo dimensionale o quantitativo, al successivo paragrafo V.

Azione 2: promozione e diffusione dei risultati della O.I.S. "Giovani" (Strategia di outreach per i giovani Neet)

Anche tale azione prevede il ricorso ad un ampio ventaglio di strumenti, ovvero:

- ideazione e realizzazione di **campagna social** per la diffusione della conoscenza dell'O.I.S., consistente, in particolare in apposita serie di Post (sponsorizzati ed in organico);
- ideazione e realizzazione di **video e audio in formato** idoneo ai canali social, alla TV e radio (anche in funzione della diffusione sugli spazi gratuiti della PdCM);
- ideazione e realizzazione di **spot radio;**
- organizzazione di **evento di chiusura** dell'O.I.S Giovani, tutti i servizi compresi (di progettazione, organizzativi, logistici, tecnici, promozionali, gadgets, pieghevoli, diretta social, fotografici, presentazioni, etc.);
- *servizio di **Ufficio Stampa** attraverso giornalisti iscritti all'albo;*
- ideazione e realizzazione di **concorsi p**er raccogliere video su esperienze dei giovani;
- ideazione e realizzazione di **Podcast**.

Tutti i prodotti e servizi che verranno richiesti all'Operatore affidatario nell'ambito della presente Azione sono comunque meglio individuati, anche sotto il profilo dimensionale o quantitativo, al successivo paragrafo V.

Azione 3: Promozione e diffusione dei risultati della O.I.S. "Welfare" (Sostegno al welfare territoriale per la conciliazione dei tempi di vita)

L'azione è finalizzata a promuovere la specifica OIS rafforzandone la visibilità e la capacità di coinvolgimento. Anche tale Azione, in sostanziale analogia con la precedente, prevede il ricorso ad un ampio ventaglio di strumenti, ovvero:

- ideazione e realizzazione di **campagna social** per la diffusione della conoscenza dell'O.I.S. Welfare, consistente, in particolare in apposita serie di Post (sponsorizzati ed in organico);

- ideazione e realizzazione di **video e audio in formato idoneo** ai canali social, alla TV e radio (anche in funzione della diffusione sugli spazi gratuiti della PdCM);
- ideazione e realizzazione di **spot radio**;
- organizzazione di **evento di chiusura** dell'O.I.S Welfare, tutti i servizi compresi (di progettazione, organizzativi, logistici, tecnici, promozionali, gadgets, pieghevoli, diretta social, fotografici, presentazioni, etc.);
- *servizio di **Ufficio Stampa** attraverso giornalisti iscritti all'albo;*
- ideazione e realizzazione di **Podcast**;
- *ideazione e realizzazione di **video sulle buone pratiche** rilevate, ogni servizio compreso.*

Tutti i prodotti e servizi che verranno richiesti all'Operatore affidatario nell'ambito della presente Azione sono comunque meglio individuati, anche sotto il profilo dimensionale o quantitativo, al successivo paragrafo V.

Azione 4: Promozione e diffusione della conoscenza della O.I.S. Fondo Nuove Competenze 3 (FNC3 - STEP)

L'azione è finalizzata a promuovere la specifica OIS Fondo nuove competenze 3 (Fnc3) e la collegata priorità 6, che sostiene lo sviluppo e l'aggiornamento delle competenze nei settori strategici individuati dalla piattaforma europea Step – Strategic technologies for Europe platform, valorizzandone le opportunità e i risultati raggiunti.

Anche tale Azione, in sostanziale analogia con la precedente, prevede il ricorso ad un ampio ventaglio di strumenti, ovvero:

- ideazione e realizzazione di **campagna social dell'O.I.S. FNC 3**, consistente, in particolare in apposita serie di Post (sponsorizzati ed in organico);
- realizzazione di **campagna social** delle azioni in ambito FNC dedicate al rafforzamento delle competenze nei settori **STEP**, consistente, in particolare in apposita serie di Post (sponsorizzati ed in organico); l'ideazione della linea grafica non è richiesta, in quanto per questa campagna si dovrà utilizzare la linea grafica già definita a livello nazionale (cfr. *https://politichecoesione.governo.it/it/piattaforma-per-le-tecnologie-strategiche-per-leuropa-step/campagna-di-comunicazione-integrata-step/introduzione/*);
- ideazione e realizzazione di **video e audio in formato idoneo** ai canali social, alla TV e radio (anche in funzione della diffusione sugli spazi gratuiti della PCM);
- ideazione e realizzazione di **spot radio**;
- organizzazione di **evento di chiusura** dell'O.I.S Welfare, ogni componente compresa (di progettazione, organizzativa, logistica, tecnica, promozionale, gadgets, pieghevoli, diretta social, fotografici, presentazioni, etc.);
- attività di **Ufficio Stampa** attraverso giornalisti iscritti all'albo;
- ideazione e realizzazione di **Podcast**;
- ideazione e realizzazione di **video sulle buone pratiche** rilevate, ogni servizio compreso.

Tutti i prodotti e servizi che verranno richiesti all'Operatore affidatario nell'ambito della presente Azione sono comunque meglio individuati, anche sotto il profilo dimensionale o quantitativo, al successivo paragrafo V.

Azione 5: Diffusione della conoscenza delli iniziative in Priorità 4 - Modernizzare i servizi per il lavoro e le politiche attive

La priorità 4 del programma prevede perlopiù operazioni di sistema, che hanno come obiettivo finale quello di modernizzare i servizi per il lavoro e le politiche attive. Questa azione di comunicazione punta a diffondere la conoscenza della priorità e dei suoi progetti, quali ad esempio: il progetto EURES (a cui verrà dedicata particolare attenzione, con strumenti appositi – quali campagna social, podcast, video sulle buone pratiche), il progetto Excelsior Unioncamere, le attività svolte dall'ente di ricerca Inapp, le attività svolte da Sviluppo lavoro Italia, gli avvisi per il Dialogo sociale, la trasmissione Rai Il Posto giusto, le misure per l'occupazione del DL Coesione, ecc. (cfr. https://www.lavoro.gov.it/pn-giovani-donne-lavoro/progetti).

Anche per l'Azione 5 si prevede il ricorso ad un ventaglio di strumenti diversi, ovvero:

- ideazione e realizzazione di **campagne social** sulle principali iniziative attivate in materia, consistente, in particolare in apposite serie di Post (sponsorizzati ed in organico);
- ideazione e realizzazione di **video e audio in formato idoneo** ai canali social, alla TV e

radio (anche in funzione della diffusione sugli spazi gratuiti della PCM);

- ideazione e realizzazione di **spot radio**;
- ideazione e realizzazione di **Podcast**;
- ideazione e realizzazione di **video sulle buone pratiche rilevate**, ogni servizio compreso.

Tutti i prodotti e servizi che verranno richiesti all'Operatore affidatario nell'ambito della presente Azione sono comunque meglio individuati, anche sotto il profilo dimensionale o quantitativo, al successivo paragrafo V.

Azione 6: Creazione di una rete dei comunicatori del Programma e azioni di supporto

Questa azione punta alla creazione di una rete di referenti per la comunicazione delle operazioni attuate da organismi intermedi, enti in house e, con riferimento principalmente a soggetti attuatori di Fnc3 e Step, da beneficiari dei Programma.

L'azione prevede interventi di accompagnamento, promozione e capacity building in materia di comunicazione del Programma. Obiettivi della rete sono:

- applicare correttamente le linee guida di comunicazione;
- armonizzare le azioni di comunicazione;
- rafforzare il ruolo dei Beneficiari come amplificatori del Programma.

Le iniziative allo stato individuate consistono, in particolare:

- nell'ideazione e realizzazione, **per O.I. ed Enti in house** di **workshop/webinar** sulle attività di comunicazione (ogni componente compresa: progettazione, organizzativa, logistica, tecnica, promozionale, gadgets, streaming, presentazioni, etc.);
- nell'ideazione e realizzazione per beneficiari del Programma, con riferimento principalmente a **soggetti attuatori di Fnc3 e Step**, di **workshop/webinar** sulla comunicazione in tema di FNC 3 e STEP (tutti i servizi compresi: tutti i servizi compresi (progettazione, organizzazione, logistica, tecnici, promozionali, gadgets, streaming, presentazioni, etc.);
- ideazione e realizzazione di **video tutorial** relativo alle linee guida in materia di comunicazione;
- ideazione e realizzazione di **video tutorial** relativo al caricamento di Avvisi pubblici sul sito web ufficiale del Programma.

Tutti i prodotti e servizi che verranno richiesti all'Operatore affidatario nell'ambito della presente Azione sono comunque meglio individuati, anche sotto il profilo dimensionale o quantitativo, al successivo paragrafo V.

* * *

Nell'ambito delle Azioni da 1 a 5, come sopra sinteticamente descritte, l'Operatore affidatario del servizio sarà chiamato inoltre ad attivarsi, per conto del Ministero, per la definizione e la conclusione di operazioni di acquisto di spazi / strumenti pubblicitari presso terzi fornitori, secondo termini e modalità naturalmente da concordarsi preventivamente con lo stesso Ministero.

Si tratterà, in particolare, di operazione di pubblicazione / diffusione presso spazi media tradizionali (radio, TV, quotidiani / periodici), oppure di sponsorizzazioni via nell'ambito di campagne via canali social, oppure ancora di sponsorizzazioni in ambito WEB (Google) o di spazi per affissioni (fisiche o elettroniche).

La disciplina di tale linea di fornitura è posta al successivo paragrafo V, Linea 8.

V. SERVIZI RICHIESTI

I servizi e forniture che saranno richiesti all'Operatore affidatario sono naturalmente strettamente correlati alle Azioni di comunicazione descritte nel paragrafo precedente.

Nel presente paragrafo tali servizi e forniture sono distintamente raggruppati e presentati con riguardo alla categoria o linea di riferimento, al fine sia di acquisire offerte tecniche più efficacemente raffrontabili e sia di consentire ai concorrenti la formulazione di offerte economiche analitiche e ad un tempo omogenee, sotto il profilo degli elementi nelle stesse considerati.

A tale scopo sono stati individuate le seguenti categorie di servizio:

1. comunicazione via web e via canali social;
2. ideazione e approntamento materiali /prodotti grafici;
3. ideazione e approntamento video e multimedia;
4. eventi e workshop;
5. servizi giornalistici;
6. servizi di supporto specialistico attraverso gruppo di lavoro dedicato;
7. servizi di monitoraggio e valutazione;
8. servizi di acquisizione spazi pubblicitari su media tradizionali, canali social e web, affissioni.

Per ognuno di tali categorie o linee di servizio vengono quindi di seguito fornite indicazioni maggiormente specifiche, comprensive anche del profilo dimensionale / quantitativo.

Linea di servizio n. 1 - Comunicazione web e canali social

Tale Linea di servizio comprende la fornitura degli elementi / prodotti individuati nella sottoestesa Tabella.

	1 – Web e canali social	Quantità
1	**Campagna social corporate (Azione 1 – Pn Gdl)**, consistente in **1 serie da 10 post**, comprese: • creatività (concept, art e copy); • presentazione di: - breve testo descrittivo della campagna; - proposta grafica orizzontale, quadrato e verticale (post social); - proposta grafica banner orizzontale e verticale (siti web); - modifiche e adattamenti su proposte sottoposte • realizzazione **testi** per campagna social (10 testi post) con call to action; ottimizzazione SEO; uso persuasive copy.	1
2	**Campagna social** per la diffusione dei **risultati del Pn Gdl (Azione 1 – Pn Gdl)**, consistente in **1 serie da 10 post**, comprese: • creatività (concept, art e copy); • presentazione di: - breve testo descrittivo della campagna; - proposta grafica orizzontale, quadrato e verticale (post social); - proposta grafica banner orizzontale e verticale (siti web); - modifiche e adattamenti su proposte sottoposte. • realizzazione **testi** per campagna social (10 testi post) con call to action; ottimizzazione SEO; uso persuasive copy.	1
3	**Campagna social** per la diffusione della conoscenza dell'**O.I.S Giovani (Azione 2)**, consistente in **1 serie da 10 pos**t, comprese: • creatività (concept, art e copy); • presentazione di: - breve testo descrittivo della campagna; - proposta grafica orizzontale, quadrato e verticale (post social); - proposta grafica banner orizzontale e verticale (siti web); - modifiche e adattamenti su proposte sottoposte; • realizzazione **testi** per campagna social (10 testi post) con call to action; ottimizzazione SEO; uso persuasive copy.	1
4	**Campagna social** per la diffusione della conoscenza dell'**O.I.S Welfare (Azione 3)**, consistente in **1 serie da 10 post**, comprese: • creatività (concept, art e copy); • presentazione di: - breve testo descrittivo della campagna; - proposta grafica orizzontale, quadrato e verticale (post social); - proposta grafica banner orizzontale e verticale (siti web); - modifiche e adattamenti su proposte sottoposte; • realizzazione **testi** per campagna social (10 testi post) con call to action;	1

	ottimizzazione SEO; uso persuasive copy.	
5	**Campagna social** per la diffusione della conoscenza dell'**O.I.S FNC 3 (Azione 4)**, consistente in **1 serie da 10 post**, comprese: • creatività (concept, art e copy); • presentazione di: - breve testo descrittivo della campagna; - proposta grafica orizzontale, quadrato e verticale (post social); - proposta grafica banner orizzontale e verticale (siti web); - modifiche e adattamenti su proposte sottoposte; • realizzazione **testi** per campagna social (10 testi post) con call to action; ottimizzazione SEO; uso persuasive copy.	1
6	**Campagna social** per la diffusione della conoscenza di **FNC STEP (Azione 4)**, consistente in **2 serie da 10 post ciascuna** (la prima per promuovere l'Avviso e la seconda serie per le azioni realizzate) comprese: • **adattamento** della linea grafica data; • creatività (concept, art e copy); • presentazione di: - breve testo descrittivo della campagna; - proposta grafica orizzontale, quadrato e verticale (post social); - proposta grafica banner orizzontale e verticale (siti web); - modifiche e adattamenti su proposte sottoposte; • realizzazione **testi** per campagna social (20 testi post) con call to action; ottimizzazione SEO; uso persuasive copy.	2
7	**Campagna social** per la diffusione della conoscenza delle iniziative della **Priorità 4 "Modernizzare i servizi per il lavoro e le politiche attive"** (**Azione 5**), consistente in **3 serie da 15 post**, di cui una dedicata a **EURES**, comprese: creatività (concept, art e copy); presentazione di: - breve testo descrittivo della campagna; - proposta grafica orizzontale, quadrato e verticale (post social); - proposta grafica banner orizzontale e verticale (siti web); - modifiche e adattamenti su proposte sottoposte; • realizzazione **testi** per campagna social (15 testi post per ciascuna campagna) con call to action; ottimizzazione SEO; uso persuasive copy.	3
8	**n. 4 dirette social** (su Facebook o Youtube), per una durata di ½ giornata ciascuna, nell'ambito dell'Azione 1 (promozione Pn Gdl), dell'Azione 2 (OIS Giovani), dell'Azione 3 (OIS Welfare) e dell'Azione 4 (OIS FNC – STEP).	4
9	**Concorso** per raccogliere video su esperienze dei giovani (creatività, svolgimento del concorso), nell'Ambito dell'Azione 1 (Promozione Pn Gdl)	1
10	**Applicativo software on line per la gestione integrata dei canali social** (minimo 4 profili social; minimo 3 utenti) (messa a disposizione attraverso n. 1 abbonamento annuale, x 3 anni)	3
11	**Gioco interattivo online didattico (app)** per pubblico di manifestazioni fieristiche - (ideazione, grafica e sviluppo applicativo di app e creazione di QR code per stimolare il coinvolgimento Azione 1	1
12	**Newsletter online** (Creatività: concept, art e copy standard per una uscita, supporto costruzione indirizzario su indicazione della committenza) Azione 1	1
13	**Newsletter online** spedizione a un database di almeno n.5000 contatti con cadenza mensile (n. 1 abbonamento annuale, x 3 anni) Azione 1	3

Le modalità di erogazione di tali servizi sono indicate al successivo paragrafo VIII, mentre le modalità di rendicontazione degli stessi sono indicate al successivo paragrafo IX.

Linea di servizio n. 2 - Prodotti grafici (ideazione e produzione)

Tale Linea di servizio comprende la fornitura degli elementi / prodotti individuati nella sottoestesa Tabella.

	2 – Prodotti grafici	Quantità
1	**Identità visiva del Pn Gdl (creatività)** da creare a partire dalle attuali grafiche del sito Pn Gdl, con illustrazioni/grafiche originali/personalizzate. Minimo 3 proposte, modifiche e adattamenti su proposta scelta. Tutta la creatività dei prodotti sottoelencati dovrà allinearsi all'identità visiva del Pn Gdl (Azione 1)	1
2	**Set di immagini grafiche** per sito (news, pagine base, ecc.) (creatività e produzione) (Azione 1)	100
3	**Pieghevole sul Pn Gdl**; pieghevoli a 3 ante 15x15 cm (ideazione grafica, testi e impaginazione, anche in formato web)	1
4	**Pieghevole sul Pn Gdl**; pieghevoli a 3 ante 15x15 cm (stampa)	15.300
5	**Pieghevole su OIS Giovani**; pieghevoli a 3 ante 15x15 cm (ideazione grafica, testi e impaginazione, anche in formato web)	1
6	**Pieghevole su OIS Giovani**; pieghevoli a 3 ante 15x15 cm (stampa)	15.000
7	**Pieghevole su OIS Welfare**; pieghevoli a 3 ante 15x15 cm (ideazione grafica, testi e impaginazione, anche in formato web)	1
8	**Pieghevole su OIS Welfare**; pieghevoli a 3 ante 15x15 cm (stampa)	15.000
9	**Pieghevole su OIS FNC – STEP**; pieghevoli a 3 ante 15x15 cm (ideazione grafica, testi e impaginazione, anche in formato web)	1
10	**Pieghevole su OIS FNC – STEP**; pieghevoli a 3 ante 15x15 cm (stampa)	15.000
11	**Pieghevole su OIS in Priorità 4**; pieghevoli a 3 ante 15x15 cm (ideazione grafica, testi e impaginazione, anche in formato web)	1
12	**Pieghevole su OIS in Priorità 4**; pieghevoli a 3 ante 15x15 cm (stampa)	15.000
13	**Pubblicazione sul Pn Gdl** in linguaggio semplice, formato A4, quadricromia, 50 pp. con max 15 tabelle e max 10 grafici (progetto grafico e copertina, impaginazione, anche in formato web) correzioni fino a 3 giri di bozze (a sedicesimo). Modifiche e adattamenti su proposta scelta. Elaborazione testo.	1

14	**Stampa pubblicazione** detta (50 pp e rilegatura brossura fresata, quadricromia, carta ecologica)	300
15	**Affissioni** fisiche/elettroniche (**creatività grafica);** 51 stazioni per promozione Pn Gdl (44 capoluoghi Zes + 7 città metropolitane centro-nord) (minimo 3 proposte, e *testi, minimo tre proposte*) - Modifiche e adattamenti per vari formati su proposte	1
16	**Affissioni** fisiche (**stampa**); 51 stazioni per promozione Pn Gdl (44 capoluoghi Zes + 7 città metropolitane centro-nord)	**350**
17	**Ideazione grafica singoli elementi di arredo per stand** (es. corner, desk, portapieghevoli, telo, banner ecc.) (minimo 2 proposte) vale per tutte le manifestazioni/fiere di 1 anno. Modifiche e adattamenti su proposta scelta (esclusa la realizzazione che solitamente è a carico del Mlps per lo stand complessivo) (una serie per anno)	3
18	**Presentazioni digitali** statiche e animate fino a 10 slide (anche in formati animati es. prezi, canva). Ideazione, creatività e fornitura (minimo due proposte di grafica). Modifiche ed adattamenti su proposte. Una serie per le Azioni 1, 2, 3, 4 e 5)	5
19	**Ideazione linea grafica per eventi di chiusura** presentazione risultati **Pn Gdl** e OIS Giovani, Welfare e FNC-Step (n. 4 eventi); progettazione con elementi innovativi. Presentazione (minimo 3 proposte) ad esempio di: invito, locandina, pieghevole, roll up, fondale video, slide statiche e/o animate, carpetta, block notes, etc. declinate nei formati orizzontale e verticale; fornitura dei file esecutivi in formato vettoriale aperto e modificabile. Riferimenti cromatici	4
20	**Flyer** per diffondere i progetti priorità 4 (ideazione grafica, in A4)	**10**
21	**Flyer** per diffondere i progetti priorità 4 (stampa in quadricromia, su carta ecologica)	**7.500**

Le modalità di erogazione di tali servizi sono indicate al successivo paragrafo VIII, mentre le modalità di rendicontazione degli stessi sono indicate al successivo paragrafo IX.

Linea di servizio n. 3 – Video e multimedia

Tale Linea di servizio comprende la fornitura degli elementi / prodotti individuati nella sottoestesa Tabella.

	3 – Video e multimedia	**Quantità**
1	n. 1 video e audio **corporate** di 60" istituzionale del Pn Gdl e n. 1 video di 60" sui **risultati Pn Gdl** (idea creativa e suo adattamento per i tre formati: video social, video tv e solo audio)	2
2	n. 1 video **corporate** e n. 1 video **risultati**: **interprete di lingua dei segni,** con conoscenza della terminologia relativa ai Programmi comunitari e alla normativa comunitaria del settore	2
3	n. 1 video **corporate** istituzionale del Pn Gdl e n. 1 video sui **risultati Pn Gdl**, realizzazione per canali social max 60" (produzione)	2
4	n. 1 video **corporate** istituzionale del Pn Gdl e n. 1 video sui **risultati Pn Gdl** per tv di 30"	2

	(anche spazi Pcm) (produzione)	
5	n. 1 spot radio **corporate** istituzionale del Pn Gdl e n. 1 video sui **risultati Pn Gdl** di 30" (anche spazi Pcm); registrazione e produzione master spot radio da 30" con 1 speaker e musica originale	2
6	**n. 1 video e audio corporate di 60"** per Azioni 2, 3, 4 e 5 (idea creativa e suo adattamento per i tre formati: video social, video tv e solo audio)	4
7	n. 1 **video corporate** dell'OIS per Azioni 2, 3, 4 e 5; realizzazione per canali social max 60" (produzione)	4
8	n. 1 **video corporate** per tv di 30" (anche spazi Pcm) (produzione) per Azioni 2, 3, 4 e 5	4
9	n. 1 spot radio **corporate** di 30" spazi Pcm (produzione) per Azioni 2, 3, 4 e 5; registrazione e produzione master spot radio da 30" con 1 speaker e musica originale	4
10	Realizzazione e fornitura **servizio fotografico** (n. 1 per evento chiusura Pn Gdl; n. 1 per evento chiusura OIS Giovani; n. 1 per evento chiusura OIS Welfare; n. 1 per evento chiusura OIS FNC; n. 1 per campagna social OIS Giovani; n. 15 per partecipazioni a fiere e manifestazioni)	20
11	**concorso** per raccogliere video su esperienze dei giovani: (eventuale **post-produzione**)	6
12	n. 1 **Podcast** di 6 episodi, durata 15-20 minuti (ideazione e realizzazione inclusi testi, suoni e grafica) per Azioni 2, 3, 4	3
13	n. 1 **Podcast** di 20 episodi, durata 15-20 minuti (ideazione e realizzazione inclusi testi, suoni e grafica) per Azione 5, di cui 8 dedicati a EURES	1
14	**Video buone pratiche** per OIS **Welfare**; n. 6 video durata 1' 45" con testimonianza dei beneficiari. Pre-produzione (script, sopralluogo), regia, operatore specializzato, post-produzione avanzata (color correction, motion graphics) (trasferte per operatore comprese)	6
15	**Video buone pratiche** per OIS **FNC-Step**; n. 6 video durata 1' 45" con testimonianza dei beneficiari. Pre-produzione (script, sopralluogo), regia, operatore specializzato, post-produzione avanzata (color correction, motion graphics) (trasferte per operatore comprese)	6
16	**Video buone pratiche** per OIS in **Priorità 4 (escluso Eures)**; n. 12 video durata 1' 45" con testimonianza dei beneficiari. Pre-produzione (script, sopralluogo), regia, operatore specializzato, post-produzione avanzata (color correction, motion graphics) (trasferte per operatore comprese)	12
17	**Video buone pratiche** per **EURES**; n. 8 video durata 1' 45" con testimonianza dei beneficiari. Pre-produzione (script, sopralluogo), regia, operatore specializzato, post-produzione avanzata (color correction, motion graphics) (trasferte per operatore comprese)	8
18	**Video tutorial** linee guida comunicazione	1
19	**Video tutorial** per caricamento avvisi su sito Pn Gdl	1

Le modalità di erogazione di tali servizi sono indicate al successivo paragrafo VIII, mentre le modalità di rendicontazione degli stessi sono indicate al successivo paragrafo IX.

Linea di servizio n. 4 – Eventi e workshop

Tale Linea di servizio comprende la fornitura degli elementi / prodotti individuati nella sottoestesa Tabella.

4 – Eventi e workshop		
	Tipologia	**Quantità**
1	Partecipazione ad **Eventi o fiere** (numero 15 eventi stimati): **Gadget generali personalizzati** per 1.000 persone ad evento, 3 gadget a testa (es. penne/matite, quaderni, burro cacao, etc...)	**45.000**
2	**Comitato di sorveglianza** (1 giorno ciascuno): **Noleggio sala** sino 100 pax (ubicata in zona centrale di Roma, facilmente collegata con stazione Termini, aeroporto, mezzi pubblici)	**3**
3	**Comitato di sorveglianza**: **Allestimento sala** a ferro di cavallo (mediante posa dei materiali di comunicazione e promozionali – roll-up, locandine, segnaletica, allestimento area segreteria e catering). Montaggio e smontaggio materiali espositivi. Predisposizione tavolo relatori; posizionamento per ogni relatore e partecipante di cartelletta e penna, posizionamento di eventuale cuffia, bicchieri e bottiglie d'acqua in vetro, disposizione cavalieri. Assemblaggio materiale per i partecipanti, accoglienza e registrazione partecipanti, consegna badge. Spedizione inviti, registrazione partecipanti, predisposizione somministrazione customer satisfaction, follow up evento; pulizia sala. Garanzia del rispetto delle norme di legge vigenti per la realizzazione di eventi pubblici.	**3**
4	**Comitato di sorveglianza**: catering **pranzo** per persona	**300**
5	**Comitato di sorveglianza**: catering **welcome coffee** per persona	**300**
6	**Comitato di sorveglianza**: catering **coffee break** per persona	**300**
7	**Comitato di sorveglianza**: n. 1 **Addetto alla sicurezza** alla sala (intera giornata)	**3**
8	**Comitato di sorveglianza: Cabina di regia, dotazioni tecniche e operatore (n. 3 giornate)**	**3**
9	**Comitato di sorveglianza**: **Collegamento Wi Fi** (prezzo per intera giornata) Accesso Internet professionale in singola o doppia via mezzo tecnologia in fibra ottica dWDM, RadioLAN 5 GHz, Mware 13, 24, 32 GHz. Ridondanza e backup dei servizi di accesso e transito Internet. Network Wi-Fi ad alta efficienza e copertura; Servizio Hotspot (wi-fi & wired) certificato a norma GDPR; Fornitura di IP Pubblici statici IPv4/30/29/28; Supporto tecnico per servizi Streaming, Net Meeting, IP Conference e Webinar. Assistenza tecnica da parte di personale altamente qualificato.	**3**
10	**Comitato di sorveglianza: block-notes** fino a formato A4 (24 fogli) + copertina e base di cartoncino	**300**
11	**Comitato di sorveglianza: Penne/matite** personalizzata in quadricromia	**300**
12	**Comitato di sorveglianza: Shopper in cotone** personalizzati digitale quadricromia o ricamo a 2 colori	**300**

13	**Comitato di sorveglianza: Servizio spedizione** con tracciamento e report consegne - Italia	**3**
14	**Evento chiusura Pn Gdl, durata 1 giorno: noleggio sala max 200 persone (ubicata in zona centrale di Roma, facilmente collegata con stazione Termini, aeroporto, mezzi pubblici)**	**1**
15	**Evento chiusura Pn Gdl: Moderatore convegno (n. 1 giornata) Azione 1**	**2**
16	**Evento chiusura Pn Gdl: Allestimento sala a platea con almeno 200 posti a sedere (mediante posa dei materiali di comunicazione e promozionali – roll-up, locandine, segnaletica, allestimento area segreteria e catering). Montaggio e smontaggio materiali espositivi. Predisposizione tavolo relatori; posizionamento per ogni relatore e partecipante di cartelletta e penna, posizionamento di eventuale cuffia, bicchieri e bottiglie d'acqua in vetro, disposizione cavalieri. Assemblaggio materiale per i partecipanti, accoglienza e registrazione partecipanti. Spedizione inviti, registrazione partecipanti, predisposizione e somministrazione customer satisfaction, follow up evento; pulizia sala. Garanzia del rispetto delle norme di legge vigenti per la realizzazione di eventi pubblici.**	**1**
17	**Evento chiusura Pn Gdl**: catering **pranzo** per persona	**200**
18	**Evento chiusura Pn Gdl:** catering **welcome coffee** per persona	**200**
19	**Evento chiusura Pn Gdl**: catering **coffee break** per persona	**200**
20	**Evento chiusura Pn Gdl: n. 1 Addetto alla sicurezza** alla sala (intera giornata)	**1**
21	**Evento chiusura Pn Gdl: Cabina di regia, dotazioni tecniche e operatore (n. 1 giornata) Azione 1**	**1**
22	**Evento chiusura Pn Gdl: Collegamento Wi Fi** (prezzo per intera giornata) Accesso Internet professionale in singola o doppia via mezzo tecnologia in fibra ottica dWDM, RadioLAN 5 GHz, Mware 13, 24, 32 GHz. Ridondanza e backup dei servizi di accesso e transito Internet. Network Wi-Fi ad alta efficienza e copertura; Servizio Hotspot (wi-fi & wired) certificato a norma GDPR; Fornitura di IP Pubblici statici IPv4/30/29/28; Supporto tecnico per servizi Streaming, Net Meeting, IP Conference e Webinar. Assistenza tecnica da parte di personale altamente qualificato.	**1**
23	**Evento chiusura Pn Gdl: Block-notes** fino a formato A4 (24 fogli) + copertina e base di cartoncino	**200**
24	**Evento chiusura Pn Gdl: Penne/matite** personalizzata in quadricromia	**200**
25	**Evento chiusura Pn Gdl: Shopper in cotone** personalizzati digitale quadricromia o ricamo a 2 colori	**200**
26	**Evento chiusura Pn Gdl: Servizio spedizione** con tracciamento e report consegne - Italia	**1**

27	**Evento chiusura OIS (n. 3: Giovani, Welfare e FNC-Step): noleggio sala max 200 pax (1 giorno ciascuno) (ubicata in zona centrale di Roma, facilmente collegata con stazione Termini, aeroporto, mezzi pubblici)**	**3**
28	**Evento chiusura OIS (n. 3: Giovani, Welfare e FNC-Step): Allestimento sala a platea con almeno 200 posti a sedere (mediante posa dei materiali di comunicazione e promozionali – roll-up, locandine, segnaletica, allestimento area segreteria e catering). Montaggio e smontaggio materiali espositivi. Predisposizione tavolo relatori; posizionamento per ogni relatore e partecipante di cartelletta e penna, posizionamento di eventuale cuffia, bicchieri e bottiglie d'acqua in vetro, disposizione cavalieri. Assemblaggio materiale per i partecipanti, accoglienza e registrazione partecipanti. Spedizione inviti, registrazione partecipanti, predisposizione e somministrazione customer satisfaction, follow up evento; pulizia sala. Garanzia del rispetto delle norme di legge vigenti per la realizzazione di eventi pubblici.**	**3**
29	**Eventi chiusura OIS (n. 3: Giovani, Welfare e FNC-Step): Moderatore convegno (n. 3 giornate)**	**3**
30	**Evento chiusura OIS (n. 3: Giovani, Welfare e FNC-Step): catering pranzo per persona (n. 200 per evento)**	**600**
31	**Evento chiusura OIS (n. 3: Giovani, Welfare e FNC-Step): catering welcome coffee persona (n. 200 per evento)**	**600**
32	**Evento chiusura OIS (n. 3: Giovani, Welfare e FNC-Step): catering coffee break per persona (n. 200 per evento)**	**600**
33	**Evento chiusura OIS (n. 3: Giovani, Welfare e FNC-Step): n. 1 Addetto alla sicurezza alla sala (intera giornata)**	**3**
34	**Eventi chiusura OIS (n. 3: Giovani, Welfare e FNC-Step): Cabina di regia, dotazioni tecniche e operatore (n. 3 giornate)**	**3**
35	**Evento chiusura OIS (n. 3: Giovani, Welfare e FNC-Step): Collegamento Wi Fi - Accesso Internet professionale in singola o doppia via mezzo tecnologia in fibra ottica dWDM, RadioLAN 5 GHz, Mware 13, 24, 32 GHz.** Ridondanza e backup dei servizi di accesso e transito Internet. Network Wi-Fi ad alta efficienza e copertura; Servizio Hotspot (wi-fi & wired) certificato a norma GDPR; Fornitura di IP Pubblici statici IPv4/30/29/28; Supporto tecnico per servizi Streaming, Net Meeting, IP Conference e Webinar. Assistenza tecnica da parte di personale altamente qualificato. (n. 1 servizio per evento)	**3**
36	**Evento chiusura OIS (n. 3: Giovani, Welfare e FNC-Step): Block-notes fino a formato A4 (24 fogli) + copertina e base di cartoncino; n. 200 per evento**	**600**

37	**Evento chiusura OIS (n. 3: Giovani, Welfare e FNC-Step): Penne/matite personalizzata in quadricromia; n. 200 per evento**	**600**
38	**Evento chiusura OIS (n. 3: Giovani, Welfare e FNC-Step): Shopper in cotone personalizzati digitale quadricromia o ricamo a 2 colori; n. 200 per evento**	**600**
39	**Evento chiusura OIS (n. 3: Giovani, Welfare e FNC-Step): Servizio spedizione con tracciamento e report consegne – Italia n. 1 per evento**	**3**
40	**Workshop / Webinar sulla comunicazione per OI e enti in house (Azione 6), durata mezza giornata: Allestimento sala** a classe per max 30 partecipanti (allestimento sala con postazioni attorno a unico tavolo, materiali di comunicazione e promozionali, block-notes, penna shopper, posizionamento di eventuale cuffia, disposizione cavalieri, pulizia sala; garanzia del rispetto delle norme di legge vigenti per la realizzazione di eventi.	**1**
41	**Workshop / Webinar sulla comunicazione per OI e enti in house (Azione 6),** durata mezza giornata: **noleggio** sala ubicata in zona centrale di Roma, facilmente collegata con aeroporto, stazioni principali e mezzi pubblici	**1**
42	**Workshop / Webinar sulla comunicazione per OI e enti in house (Azione 6):** Servizio catering per **pranzo leggero** (finger food) presso i locali dove si svolge l'evento, bevande incluse.	**30**
43	**Workshop / Webinar sulla comunicazione per OI e enti in house (Azione 6):** Servizio catering per **welcome coffee "light"** presso i locali dove si svolge l'evento**.**	**30**
44	**Workshop / Webinar sulla comunicazione per OI e enti in house (Azione 6): Cabina di regia,** dotazioni tecniche e operatore (½ giornata)	**1**
45	**Workshop / Webinar sulla comunicazione per OI e enti in house (Azione 6): Collegamento Wi Fi** (**mezza giornata**) Accesso Internet professionale in singola o doppia via mezzo tecnologia in fibra ottica dWDM, RadioLAN 5 GHz, Mware 13, 24, 32 GHz. Ridondanza e backup dei servizi di accesso e transito Internet. Network Wi-Fi ad alta efficienza e copertura; Servizio Hotspot (wi-fi & wired) certificato a norma GDPR; Fornitura di IP Pubblici statici IPv4/30/29/28; Supporto tecnico per servizi Streaming, Net Meeting, IP Conference e Webinar. Assistenza tecnica da parte di personale altamente qualificato.	**1**
46	**Workshop / Webinar sulla comunicazione per OI e enti in house (Azione 6): Block-notes** fino a formato A4 (24 fogli) + copertina e base di cartoncino	**30**
47	**Workshop / Webinar sulla comunicazione per OI e enti in house (Azione 6): Penne/matite** personalizzata in quadricromia	**30**
48	**Workshop / Webinar sulla comunicazione per OI e enti in house (Azione 6): Shopper in cotone** personalizzati digitale quadricromia o ricamo a 2 colori	**30**
49	**Workshop / Webinar sulla comunicazione per OI e enti in house (Azione 6):** Servizio spedizione con tracciamento e report consegne - Italia	**1**
50	**Workshop / Webinar sulla comunicazione per FNC3 e Step (Azione 6**), durata mezza giornata: **noleggio** sala ubicata in zona centrale di Roma, facilmente collegata con aeroporto, stazioni principali e mezzi pubblici	**1**
51	**Workshop / Webinar sulla comunicazione per FNC3 e Step: Allestimento sala** a classe per max 30 partecipanti (allestimento sala con postazioni attorno a unico tavolo, materiali di comunicazione e promozionali, block-notes, penna shopper, posizionamento di eventuale cuffia, disposizione cavalieri, Pulizia sala a cura dell'operatore economico aggiudicatario.	**1**

	Garanzia del rispetto delle norme di legge vigenti per la realizzazione di eventi. Durata mezza giornata	
52	**Workshop / Webinar sulla comunicazione per FNC3 e Step:** Servizio catering per **pranzo leggero** (finger food) presso i locali dove si svolge l'evento, bevande incluse.	**30**
53	**Workshop / Webinar sulla comunicazione per FNC3 e Step:** Servizio catering per **welcome coffee "light"** presso i locali dove si svolge l'evento**.**	**30**
54	**Workshop / Webinar sulla comunicazione per FNC3 e Step: Cabina di regia**, dotazioni tecniche e operatore (½ giornata)	**1**
55	**Workshop / Webinar sulla comunicazione per FNC3 e Step: Collegamento Wi Fi (mezza giornata**) Accesso Internet professionale in singola o doppia via mezzo tecnologia in fibra ottica dWDM, RadioLAN 5 GHz, Mware 13, 24, 32 GHz. Ridondanza e backup dei servizi di accesso e transito Internet. Network Wi-Fi ad alta efficienza e copertura; Servizio Hotspot (wi-fi & wired) certificato a norma GDPR; Fornitura di IP Pubblici statici IPv4/30/29/28; Supporto tecnico per servizi Streaming, Net Meeting, IP Conference e Webinar. Assistenza tecnica da parte di personale altamente qualificato.	**1**
56	**Workshop / Webinar sulla comunicazione per FNC3 e step: Blocknotes** fino a formato A4 (24 fogli) + copertina e base di cartoncino	**30**
57	**Workshop / Webinar sulla comunicazione per FNC3 e step: Penne/matite** personalizzata in quadricromia	**30**
58	**Workshop / Webinar sulla comunicazione per FNC3 e step: Shopper in cotone** personalizzati digitale quadricromia o ricamo a 2 colori	**30**
59	**Workshop / Webinar sulla comunicazione per FNC3 e step:** Servizio spedizione con tracciamento e report consegne - Italia	**1**

Tutti i servizi oggetto dell'appalto e decritti nel presente Capitolato dovranno essere conformi alle specifiche tecniche e alle prescrizioni contrattuali contenuti nei Criteri Minimi Ambientali (CAM) in vigore, applicabili alla specifica prestazione eseguita dall'Affidatario.

In particolare, con riguardo all'organizzazione e alla realizzazione degli eventi previsti nell'ambito della Linea 4, l'Operatore affidatario dovrà nominare un Responsabile della Sostenibilità, con il compito di sovrintendere all'attuazione delle disposizioni relative ai criteri "CAM Eventi", in conformità con quanto previsto dal DM del 19 ottobre 2022, n. 459, del Ministero del Transizione Ecologica, laddove applicabili, per la tipologia dell'evento, come di seguito indicati, che si richiamano, anche ai fini degli adempimenti previsti:

- **4.1.2 CAM RIUNIONI OPERATIVE**
- **4.1.3 CAM ALLOGGI E STRUTTURE LOGISTICHE DI SUPPORTO**
- **4.1.4 CAM BIGLIETTI E MATERIALI INFORMATIVI E PROMOZIONALI**
- **4.1.5 CAM COMUNICAZIONE ACCESSIBILE AGLI EVENTI**

- **4.1.10 CAM LUOGO DELL'EVENTO**
- **4.1.16 CAM SERVIZIO TEMPORANEO DI RISTORO E SERVIZIO DI CATERING.**

Le modalità di erogazione di tali servizi oggetto della presente Linea 4 sono indicate al successivo paragrafo VIII, mentre le modalità di rendicontazione degli stessi sono indicate al successivo paragrafo IX.

Linea di servizio n. 5 – Servizi giornalistici

Tale Linea comprende la fornitura dei servizi individuati nella sottoestesa Tabella.

	5 – Servizi giornalistici	**Quantità**
1	Attività di **potenziamento della diffusione delle notizie:** servizi informativi resi dalle agenzie di stampa sulle tematiche del Pn Gdl 2021/2027 e dei fondi europei e della politica di coesione (nel rispetto del principio del pluralismo delle fonti di informazione, ai sensi della legge 15 maggio 1954, n. 237 e del disposto dell'art. 55, comma 24, della legge 27 dicembre 1997, n. 449); produzione di n. **2 notizie / approfondimenti giornalistici semestrali sull'attuazione del Pn Gdl** 2021/2027, anche in sezioni dedicate dei siti internet delle agenzie di stampa e sui relativi network, fatta salva l'autonoma valutazione giornalistica delle agenzie	12
2	Servizio di **Ufficio Stampa** fornito attraverso giornalisti iscritti all'elenco Professionisti dell'albo dell'OdG, esperti in uffici stampa di incontri ed eventi istituzionali, comprendente: servizio di raccolta materiale informativo, redazione e invio di comunicati stampa/testo di presentazione per inviti prima, durante e dopo gli eventi; rassegna stampa pre e post evento; predisposizione e distribuzione press kit in formato cartaceo e digitale; interfaccia con giornalisti, fotografi e video-operatori in loco; interviste a relatori e pubblico intervenuto; gestione liste accrediti; redazione report finale attività svolte e risultati raggiunti (per: Evento Pn Gdl e per eventi OIS Giovani, Welfare e FNC-Step)	4

Le modalità di erogazione di tali servizi sono indicate al successivo paragrafo VIII, mentre le modalità di rendicontazione degli stessi sono indicate al successivo paragrafo IX.

Linea di servizio n. 6 – Gruppo di lavoro (servizi di supporto specialistico)

Trattasi di linea di servizio trasversale a tutte le azioni di comunicazione da realizzarsi, consistendo appunto nel supporto di ordine consulenziale e operativo fornito da gruppo di lavoro costituito da figure esperte individuate nella Tabella che segue, assieme ai volumi di

impegno stimati per ciascuna di esse.

6 – Gruppo di lavoro (servizi di supporto specialistico)	Quantità (gg/lavoro complessive)
Capo progetto	**190**
Esperto comunicazione senior	**190**
Esperto eventi senior	**190**
Giornalista/redattore	**304**
Grafico	**114**
Specialista della comunicazione digitale	**380**
Social media manager	**380**
Esperto monitoraggio e valutazione	**304**
Esperto di gestione media tradizionali incluse affissioni	**114**
Specialisti *on demand* (eventuali), cumulativamente	**35**

Le modalità di erogazione di tali servizi sono indicate al successivo paragrafo VIII, mentre le modalità di rendicontazione degli stessi sono indicate al successivo paragrafo IX.

Di seguito si forniscono quindi alcune indicazioni di massima in ordine ai compiti ciascuna di tali figure verrà chiamata a svolgere in funzione della realizzazione del programma di comunicazione.

Capo progetto senior, con esperienza documentata in comunicazione istituzionale di organizzazioni complesse e per i programmi europei a titolarità di amministrazioni pubbliche

È responsabile della gestione complessiva del servizio e della gestione e coordinamento del Gruppo di lavoro. Verifica puntualmente l'avanzamento delle attività e il presidio delle tempistiche di esecuzione e delle scadenze concordate con il Committente. Garantisce coerenza tra le pianificazioni di comunicazione FSE+. Supporta l'ufficio responsabile di comunicazione e il gruppo di lavoro dell'amministrazione; assicura l'allineamento ai Regolamenti e alle linee guida dell'Unione europea e alle linee guida del Dipartimento per la coesione e per il Sud, affianca l'amministrazione nella redazione di documenti ufficiali e materiali istituzionali, affianca l'amministrazione, se del caso, nei rapporti con i media; affianca l'amministrazione, se del caso, nei rapporti con gli stakeholder istituzionali e locali.

Esperto comunicazione senior, con esperienza documentata in comunicazione istituzionale di organizzazioni complesse e per i programmi europei a titolarità di amministrazioni pubbliche

È responsabile dell'avanzamento, della gestione e del coordinamento delle attività di

comunicazione previste dal presente capitolato. Definisce i piani di comunicazione annuali del Programma e le azioni di comunicazione da realizzare, coordina, gestisce e monitora le attività delle Linee di servizio 2. Ideazione e produzione di materiale grafico, Linea 3. Video e multimedia, Linea 5. Servizi giornalistici, coordinandosi direttamente con il Committente. Supporta l'ideazione delle campagne social, in coordinamento con lo Specialista di comunicazione digitale e con il Social media manager. Adatta i messaggi ai diversi target (organismi intermedi, beneficiari, cittadini, aziende, stakeholder). Coordina copy, grafici e fornitori di contenuti.

Esperto eventi senior, con esperienza documentata in piani o progetti di comunicazione di organizzazioni complesse, anche nel contesto di programmi o progetti attivati da enti o soggetti pubblici.

È responsabile dell'avanzamento, della gestione e del coordinamento della linea di servizio Eventi e workshop; ha il compito di pianificare, gestire e monitorare le attività delle suddette aree, coordinandosi direttamente con il Committente; supporta l'Amministrazione nella pianificazione di eventi finalizzati alla realizzazione dell'OIS Giovani (la cui realizzazione non rientra in questo capitolato), coordina fornitori e logistica, supporta la comunicazione degli eventi.

Giornalista/redattore: è un giornalista iscritto all'albo, responsabile delle attività della Linea 5 Servizi giornalistici, raccordandosi con il Referente comunicazione senior, redige comunicati e supporta conferenze stampa e media briefing, redige testi con uso di linguaggio chiaro e accessibile (plain language) per brochure, schede progetto, infografiche, campagne informative, si raccorda con l'esperto che gestisce i media tradizionali, monitora la rassegna stampa quotidiana fornita dall'Amministrazione, con invio di ritagli riguardanti la stampa nazionale.

Grafico: dovrà possedere significativa esperienza nel settore. Ha il compito di realizzare i materiali grafici di tutti i prodotti previsti dal servizio e sovraintende l'immagine coordinata del programma; sviluppa e applica l'identità visiva del Programma, applica in maniera corretta il blocco loghi istituzionale del programma.

Specialista della comunicazione digitale, con almeno 5 anni di esperienza documentata in piani o progetti di comunicazione di organizzazioni complesse.

È responsabile delle attività della Linea di servizio 1. Comunicazione via web e canali social. Si occupa di elaborare specifici progetti di comunicazione sui social media, raccordandosi con il Social media manager, di definire le sponsorizzazioni sui canali social e sui motori di ricerca e di produrre specifici documenti per la definizione delle azioni a pagamento sul digital (contenuti, target, tipologia di sponsorizzazione, ecc.). Sviluppa le sue proposte raccordandosi con il Referente comunicazione senior per l'allineamento con le azioni di carattere organico su web e social, supporta le campagne digitali (adv, SEO, GEO, SEM), analizza i dati forniti dal Social media manager e ottimizza le performance, Traccia KPI e

reportistica.

Social media manager, con almeno 5 anni di esperienza documentata in piani o progetti di comunicazione di organizzazioni complesse. Si deve raccordare con il Referente comunicazione senior, e con lo Specialista della comunicazione digitale, partecipa alla pianificazione delle campagne social e degli altri contenuti digitali. Promuove contenuti specifici (es. i podcast previsti da questo capitolato). Cura la ricerca e il monitoraggio delle informazioni, l'elaborazione dei testi, le elaborazioni di tipo grafico (non comprese tra quelle previste della Linea di servizio 2. Ideazione e produzione materiali grafici) il monitoraggio dei dati web e social. Crea i nuovi canali digitali del Pn Giovani, donne e lavoro 2021–2027 (Facebook, Instagram, Linkedin e YouTube). Ne garantisce il presidio costante, in raccordo con i canali social istituzionali del Ministero del lavoro e delle politiche sociali. Monitora e modera la community sui temi di rilievo per il Programma, in stretto contatto con l'amministrazione, garantisce l'aggiornamento costante dei contenuti in coerenza con le campagne, le priorità e le operazioni del Programma; supporta il monitoraggio sistematico, la raccolta, analisi e restituzione dei dati di comunicazione, al fine di valutare il raggiungimento degli obiettivi e orientare eventuali azioni correttive.

Esperto di monitoraggio e valutazione della comunicazione, con esperienze specifiche nel settore pubblico: pianifica le indagini e la sentiment analysis, raccoglie i dati per il monitoraggio degli indicatori di realizzazione, risultato e impatto per le diverse misure di comunicazione e ne analizza l'efficacia, redige i report di monitoraggio e valutazione in raccordo con lo Specialista della comunicazione digitale e il Social media manager

Esperto di gestione media tradizionali, incluse affissioni: pianifica gli acquisti degli spazi pubblicitari sui media tradizionali (giornali, radio, tv) e sugli spazi per la comunicazione tramite affissioni tradizionali e digitali; si raccorda con il Referente comunicazione senior supporta l'Amministrazione nella definizione ed implementazione delle operazioni di acquisizione suindicate. In coordinamento (salvo altri) con il Capo progetto e l'Esperto di comunicazione senior, supporta l'Amministrazione negli adempimenti e nelle comunicazioni relative al riparto delle spese di comunicazione istituzionale, di cui, in particolare, al Decreto legislativo 8 novembre 2021, n. 208.

L'impegno di tutte le figure del gruppo di lavoro suindicato è suddivisibili fra due risorse esperte, a condizione che per nessuna risorsa sia previsto un impegno inferiore al 35% del monte giornate totale richiesto.
Fanno eccezione a tale regola i ruoli del Capo progetto senior e dell'Esperto di comunicazione senior, per i quali dovrà essere indicata una risorsa soltanto.

Gli **Specialisti *on demand*,** rappresentano una componente solo eventuale del servizio, riservandosi l'Amministrazione di richiedere o meno l'impiego di uno o più di essi nel rapporto, ricorrendone l'esigenza. In via esemplificativa e non tassativa, potranno essere richiesti esperti nei seguenti settori: accessibilità e comunicazione inclusiva; proprietà intellettuale; data visualization; comunicazione di crisi, riservatezza dei dati. Gli esperti detti

dovranno possedere provata esperienza, di durata almeno decennale, negli specifici settori di competenza.

Il gruppo di lavoro interno all'amministrazione provvederà invece in autonomia alle attività di webcontent editor / webmaster: aggiornamento e manutenzione del sito web https://www.lavoro.gov.it/pn-giovani-donne-lavoro; pubblicazione contenuti e documentazione; accessibilità, usabilità e conformità (WCAG, AgID).

Linea di servizio n. 7 – Monitoraggio e valutazione

Tale Linea di servizio comprende la fornitura degli elementi / prodotti individuati nella sottoestesa Tabella.

	7 – Monitoraggio e valutazione	Quantità
1	**Indagine** ex ante sul grado di conoscenza e sulla reputazione del programma, da realizzare ad es. metodi CATI, CAWI, MAWI, focus group, su campione rappresentativo della realtà nazionale e opportunamente stratificato dal punto di vista demografico e territoriale	**1**
2	**Indagine** sulle azioni di comunicazione complessive: da realizzare ad es. con metodi CATI, CAWI, MAWI, focus group, su campione rappresentativo della realtà nazionale e opportunamente stratificato dal punto di vista demografico e territoriale	**1**
3	**Sentiment** analysis su parole chiave relative ai temi dei fondi europei, del FSE+ e dei target del Pn Gdl	**3**

Le modalità di erogazione di tali servizi sono indicate al successivo paragrafo VIII, mentre le modalità di rendicontazione degli stessi sono indicate al successivo paragrafo IX.

Linea di servizio n. 8 – Acquisti a rimborso e relativi diritti

Tale Linea di servizio comprende la fornitura degli elementi / prodotti individuati nella sottoestesa Tabella.

8 – Acquisti a rimborso e relativi diritti			
1	**Acquisto spazi su media tradizionali**	Budget fisso, non soggetto ribasso	**€ 800.000**
2	**Sponsorizzazioni campagne social**	Budget fisso, non soggetto ribasso	**€ 400.000**
3	**Sponsorizzazioni google**	Budget fisso, non soggetto ribasso	**€ 100.000**
4	**Spazi affissioni fisse fisiche / elettroniche: n. 51** stazioni per promozione Pn Gdl (44 capoluoghi Zes + **7** città metropolitane centro-nord) (acquisto spazi m. 3x4, per 15 gg.X2)	Budget fisso, non soggetto ribasso	**€ 153.000**

Le modalità di erogazione di tali servizi sono indicate al successivo paragrafo VIII, mentre le modalità di rendicontazione degli stessi sono indicate al successivo paragrafo IX.

VI. VALORE DELL'APPALTO, COMPOSIZIONE DELLO STESSO E ANTICIPAZIONE SUL PREZZO

Il valore massimo complessivo dell'appalto è stabilito in € **4.905.312,00** quattromilioninovecentocinquemilatrecentododici00/).

Una quota pari a € 1.453.000 di tale importo, corrispondente alle voci 1, 2, 3 e 4 della sopra estesa Tabella n. 8, costituisce tuttavia budget massimo a rimborso fisso e invariabile, non soggetto come tale a ribasso in sede di offerta.

Il valore massimo dell'appalto su indicato si compone dei subtotali relativi a ciascuna Linea di servizio, come riportati nelle Tabelle precedenti.

Per ciascuna sottolinea di servizio e/o fornitura (ad esempio, Sentiment Analysis, punto 3 della Linea 7), il corrispettivo massimo è uguale al prodotto fra le quantità richieste e la tariffa unitaria stabilita per le medesima sottolinea.

Nel caso della Linea di servizio di supporto specialistico, trattasi del prodotto, per ciascuna risorsa del gruppo di lavoro, fra le gg./lavoro previste e la tariffa unitaria di riferimento.

Per i diritti di agenzia di cui alla sottolinea 5 della Tabella 8 è invece fissata una percentuale massima (soggetta a ribasso) pari al 6% del valore della spesa documentata sostenuta dall'Operatore affidatario a valere sui budget di cui alle precedenti sottolinee 1, 2, 3 e 4 della

stessa Tabella 8.

Nell'allegato 1 del presente Capitolato ("Scheda tecnico-economica", a tutti gli effetti parte integrante di quest'ultimo, sono riproposte, in formato excel, le medesime n. 8 Tabelle sopra estese (corrispondenti ciascuna ad una specifica Linea di servizio), con indicazione, distintamente per ciascuna sottolinea, della tariffa unitaria massima ammessa, soggetta a ribasso in sede di offerta. Per converso, il superamento, in tale sede, anche di una soltanto di tali tariffe impedirà l'accettazione dell'offerta e quindi l'esclusione della stessa dalla procedura.

Si precisa che nella misura dei prezzi a base d'asta diversi dalle tariffe massime stabilite per le risorse del gruppo di lavoro si è tenuto in debito conto il concorso di queste ultime alla realizzazione dei servizi e prodotti oggetto del contratto.

Nella Tabella che segue è ricapitolato il valore massimo dell'appalto in affidamento, suddiviso nelle Linee di cui si compone.

Totali	
Linea 1 – Web e Social	**€ 128.550**
Linea 2 – Materiale grafico	**€ 616.550**
Linea 3 – Audio video	**€ 266.000**
Linea 4 – Eventi e Workshop	**€ 630.482**
Linea 5 – Servizi giornalistici	**€ 185.000**
Linea 6 – Servizi di supporto specialistico (Gruppo di lavoro)	**€ 1.248.550**
Linea 7 – Monitoraggio e Valutazione	**€ 290.000**
Linea 8 – Acquisti a rimborso e diritti	**€ 1.540.180**
Importo totale massimo	**€ 4.905.312**

* * *

Ai sensi dell'art. 125 del Codice, l'Amministrazione, successivamente all'approvazione del primo Piano semestrale (v.si successivo paragrafo VIII), corrisponderà, a titolo di anticipazione, un importo pari, nel massimo, al 25% dell'importo di aggiudicazione, così determinato in ragione degli esporsi richiesti all'Operatore per la realizzazione dei servizi in affidamento, condizionatamente all'acquisizione di polizza fideiussoria a garanzia degli

obblighi di restituzione che dovessero insorgere in corso di rapporto a carico dell'Operatore medesimo.

Sempre in corso di rapporto, qualora l'andamento o il programma di attività lo giustifichi, potranno essere concordate fra le Parti nuove specifiche anticipazioni in conto spese su Linea 8 (Acquisti a rimborso), a condizione:

- che la fideiussione di cui sopra, nei limiti dell'importo massimo garantito, fornisca copertura per la restituzione anche di tali ulteriori anticipazioni:
- che l'esposizione dell'Amministrazione - data dal valore complessivo delle anticipazioni, diminuito del valore degli importi (corrispettivi e/o rimborsi) già riconosciuti dovuti dall'Amministrazione con l'autorizzazione alla fatturazione dei relativi importi - non superi mai la quota percentuale suindicata (25 % dell'importo di aggiudicazione).

L'importo dei pagamenti erogati dall'Amministrazione diversi dalle anticipazioni non potrà mai superare la differenza fra l'importo di aggiudicazione ed il valore complessivo delle anticipazioni concesse.

Il recupero dell'anticipazione avverrà nel seguente modo: a partire dal secondo SAL trimestrale, l'Amministrazione tratterrà dagli importi di competenza dell'Operatore affidatario una quota pari al 3,5 % degli importi detti, sino a completo recupero dell'anticipazione corrisposta.

Nel caso in cui, alla conclusione del rapporto, in considerazione dell'avanzamento delle attività registrato, l'anticipazione detta non dovesse risultare completamente recuperata, l'Operatore affidatario sarà tenuto a restituire la residua quota di anticipazione ancora detenuta entro giorni 10 dalla richiesta dell'Amministrazione.

VII. DURATA DEL SERVIZIO E LUOGO DI ESECUZIONE

Il servizio in affidamento avrà una durata di mesi 36 (trentasei) decorrenti dal giorno successivo alla data di comunicazione all'Aggiudicatario dell'intervenuta conclusione dell'iter di approvazione e controllo previsto per il medesimo contratto.

L'Amministrazione si riserva la facoltà – ai sensi dell'art. 120, comma 1, lettera a) - di prorogare la durata suindicata sino ad un massimo di un trimestre, qualora ciò risulti compatibile con le tempistiche di chiusura del Programma e risulti al contempo utile o necessario per completare le azioni di comunicazione programmate. In tal caso, il corrispettivo ulteriore non potrà comunque essere superiore ad 1/12 dell'importo di

aggiudicazione, diminuito del budget non soggetto a ribasso.

In casi eccezionali, il contratto in corso di esecuzione potrà essere prorogato per il tempo strettamente necessario alla conclusione della procedura di individuazione del nuovo contraente (per un periodo, comunque, non superiore a mesi 4) se si verificano le condizioni indicate all'articolo 120, comma 11, del Codice. In tal caso il contraente è tenuto all'esecuzione delle prestazioni oggetto del contratto agli stessi prezzi, patti e condizioni previsti nel contratto.

Il luogo principale di esecuzione del servizio è Roma (fatte salve specifiche attività in trasferta sul territorio nazionale, per la realizzazione di eventi o altre occorrenze speciali).

VIII. PIANIFICAZIONE DELLE ATTIVITÀ E MODALITÀ DI ESECUZIONE DEI SERVIZI

Tutte le attività ed i servizi da rendersi in esecuzione del contratto verranno erogati dall'Operatore affidatario sulla base di appositi strumenti di pianificazione, con orizzonte temporale allo stato individuata in mesi sei. In corso di periodo, occorrendo, tale orizzonte potrà essere ridotto sino a mesi quattro ed ampliato sino a mesi dodici.

All'interno dei suddetti strumenti di pianificazione, saranno definiti, salvo altro:

- gli output (per tipologia e quantità, nell'ambito degli elementi previsti nelle Linee di attività prevista al precedente paragrafo V) anche intermedi, previsti per il periodo di riferimento (anche eventualmente in prosecuzione di periodi precedenti);
- con riferimento al gruppo di lavoro, le figure da impiegarsi per lo svolgimento delle attività dette (con i relativi impegni stimati, in termini di giornate lavoro);
- il valore stimato, distintamente per linea e sottolinee di servizio, delle attività previste per il periodo, calcolato sulla base delle quantità previste e delle tariffe unitarie offerte in sede di gara dall'Operatore affidatario.
- la calendarizzazione almeno di massima delle attività da realizzarsi nel periodo di riferimento.

Gli stessi strumenti varranno, a un tempo, come dispositivo operativo per l'organizzazione delle attività, come riferimento per la valutazione dell'efficacia dei servizi erogati ed infine come riferimento per la determinazione dei volumi massimi di giornate lavoro consuntivabili dal Fornitore, nel periodo dato (salvo variazioni concordate in corso di periodo con l'Amministrazione), per l'erogazione dei servizi richiesti.

Qualora nuove diverse esigenze di supporto sopravvengano, l'Amministrazione potrà disporre in ogni momento l'aggiornamento di tali strumenti anticipatamente alla conclusione dei periodi di riferimento dei medesimi.

Il primo di tali Piani, di durata semestrale, sarà sottoposto dall'Operatore affidatario all'approvazione dell'Amministrazione entro giorni 30 dall'avvio dell'esecuzione del servizio.

I Piani successivi saranno invece sottoposti dall'Operatore detto con almeno 20 giorni di anticipo rispetto alla conclusione del periodo precedente.

Le azioni di particolare complessità - e comunque tutti gli eventi e le campagne di comunicazione che prevedano l'acquisto di spazi media, tradizionali e non - saranno in ogni caso oggetto di specifica pianificazione preventiva, con illustrazione analitica di attività, servizi e relativi costi / prezzi.

Tutti i prodotti e servizi con componente creativa essenziale (ad esempio, ideazione identità visiva, ideazione elementi grafici, ideazione video, ideazione spot, ideazione podcast, ideazione testi messaggi promozionali, etc.), verranno realizzati dall'Operatore affidatario a partire dalla sottoposizione di più proposte all'Amministrazione, che adotterà quindi la soluzione ritenuta maggiormente idonea (salvo richiederne ulteriori, qualora tutte le proposte risultassero inadeguate rispetto allo scopo).

In Linea generale tutti i servizi e le forniture verranno resi sotto la supervisione ed il coordinamento (oltre che del RUP e del DEC) dell'Ufficio interno costituito dall'Amministrazione per le attività di comunicazione del Programma.

Per le operazioni di acquisto soggette a rimborso (Linea di servizio n. 8), l'Operatore affidatario, previa condivisione di apposito piano acquisti, provvederà in autonomia, seppure in accordo con il Ministero e per conto di quest'ultimo, all'acquisizione degli spazi deputati, così come ad ogni altro adempimento o servizio necessario alla diffusione sui medesimi dei messaggi / prodotti previamente individuati.

In ogni caso, nell'espletamento dei servizi in affidamento, l'Operatore affidatario, oltre a restare impegnato a conformare in concreto la propria attività in modo da massimizzare il livello di raggiungimento degli obiettivi di comunicazione definiti dall'Amministrazione, sarà comunque tenuto:

- a mantenere un raccordo sistematico con l'Amministrazione, sia in fase di pianificazione / progettazione, che in fase di realizzazione dei servizi richiesti;
- a svolgere il servizio secondo gli indirizzi operativi indicati dalla stazione appaltante ed a sottoporre all' approvazione di quest'ultima tutte le attività previste e gli strumenti utilizzati;
- a segnalare per iscritto all'Amministrazione, con la massima tempestività, ogni circostanza o difficoltà che dovesse insorgere durante la realizzazione delle attività;
- ad attenersi alle disposizioni in materia di informazione e pubblicità previste dal Reg. (CE) 1060/2021, per quanto applicabili;
- ad attenersi strettamente ai già sopra richiamati Regolamenti (UE) n. 1060/2021 e n. 2021/1057, nonché ad ogni altra disposizione cogente anche successiva avente

efficacia diretta sull'oggetto dei servizi da erogarsi;

- ad osservare rigorosamente l'obbligo di riservatezza per tutte le informazioni, concetti, idee, procedimenti, metodi e/o dati tecnici di cui il personale utilizzato dall'aggiudicatario verrà a conoscenza nello svolgimento del servizio che devono essere considerati riservati e coperti da segreto;
- a consentire all'Amministrazione, in qualsiasi momento, ogni verifica volta ad accertare la corretta realizzazione delle attività;
- a curare l'organizzazione propedeutica all'avvio delle attività, di modo che le azioni assegnate possano svolgersi con tempestività ed efficacia.

Entro giorni 10 dalla data di avvio dell'esecuzione del contratto l'Impresa è tenuta a sottoporre all'Amministrazione i curriculum vitae, debitamente sottoscritti dagli interessati, delle risorse individuate per il gruppo di lavoro di cui alla Linea n. 6 (supporto specialistico), qualora gli stessi curriculum non siano stati sottoposti in tale forma già in sede di gara

IX. MODALITÀ DI RENDICONTAZIONE E CONSUNTIVAZIONE

Le attività svolte dovranno essere descritte con cadenza trimestrale, da parte dell'Operatore affidatario, in apposite relazioni di avanzamento (anche solo "SAL"), nel prosieguo, che dovranno tendenzialmente svilupparsi lungo le medesime direttrici degli strumenti pianificazione adottati, così da consentire i raffronti del caso.

Nelle stesse relazioni dovranno essere analiticamente indicati i servizi realizzati e le forniture eseguite, in conformità alla suddivisione degli stessi operata nelle Tabelle stese nel precedente paragrafo V (nn. da 1 a 8), con indicazione, per ciascuna tipologia, delle quantità effettivamente prestate o rilasciate.

Rispetto alla Linea 4, relativa alla organizzazione di eventi e workshop, le forniture ed i servizi eseguiti dovranno essere presentati, sempre in conformità all'articolazione per tipologia presente nella pertinente Tabella (n. 4), anche con riferimento al singolo evento realizzato, con evidenza di eventuali scostamenti registrati rispetto alla preventiva pianificazione condivisa.
Con riguardo alla Linea n. 6 (supporto specialistico tramite gruppo di lavoro dedicato) dovrà essere indicato il volume di impegno, in termini di giornate lavoro, registrato per ciascun componente del gruppo di lavoro. Tali volumi dovranno comunque risultare compatibili con le attività svolte e gli strumenti di pianificazione suindicati.

In allegato a tali relazioni, se così richiesto dall'Amministrazione, dovranno essere consegnati i timesheet del personale impiegato negli interventi.

A richiesta, il Fornitore presenterà comunque all'Amministrazione la documentazione integrativa utile alla illustrazione e dimostrazione dell'attività svolte.

Gli importi di competenza dell'Operatore affidatario risulteranno, in base a ciascuna relazione avanzamento, dal rapporto fra i prodotti e servizi realizzati nel periodo, così previsti e prezzati nelle Tabelle da 1 a 8 che precedono, ed i volumi o quantità degli stessi servizi e prodotti rilasciati.

In relazione alle operazioni di acquisizione considerate nella precedente Tabella 8 (Acquisti soggetti a rimborso) l'Operatore affidatario avrà diritto al mero rimborso della spesa effettivamente sostenuta per l'acquisizione degli spazi detti (adeguatamente documentata, attraverso idonei giustificativi fiscali), maggiorata solamente dei diritti di agenzia nella percentuale dal medesimo individuata in sede di offerta.

Gli importi versati a titolo di IVA in occasione dei suddetti acquisti saranno rimborsati dall'Amministrazione solo per l'eventuale componente non recuperabile dall'Operatore.

X. MODALITÀ DI FINANZIAMENTO DELL'OPERAZIONE

La spesa della presente operazione negoziale verrà posta a carico delle risorse del Programma nazionale Giovani, donne e lavoro FSE+ 2021-2027, Priorità 5 – Assistenza Tecnica.

XI. OBBLIGHI E DIRITTI DELLA PARTI DEL CONTRATTO IN AFFIDAMENTO

Gli obblighi e i diritti delle Parti, fermo quanto quivi stabilito, sono precisati nello schema di contratto allegato al presente Capitolato di gara, da intendersi parte integrante del medesimo.

Al momento della stipula del contratto di affidamento a tale schema - comunque entro i limiti consentiti dall'ordinamento - potranno essere apportate quelle variazioni e/o integrazioni che risultassero in via obiettiva necessarie a seguito di modifiche al quadro regolamentare e programmatico di riferimento, nonché per obiettive sopravvenute ragioni di interesse pubblico.

- fine documento -