

# Polo Universitario della Spezia

Promostudi La Spezia - Fondazione di partecipazione per la promozione degli studi universitari alla Spezia

La Spezia, 6 aprile 2016

**Oggetto:** AVVISO PUBBLICO DI INDAGINE DI MERCATO PER L’AFFIDAMENTO DEL SERVIZIO DI PROGETTAZIONE E REALIZZAZIONE DELLA CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE 2016-2017 DI PROMOSTUDI LA SPEZIA

## Art. 1 Quadro di riferimento

### **Il Polo Universitario della Spezia**

Il Polo Universitario, distaccamento dell’Ateneo genovese, ospita un corso di laurea triennale in Ingegneria Meccanica e due corsi di Laurea unici nel loro genere: la Laurea magistrale in Design Navale e Nautico e i corsi triennale e magistrale in Ingegneria nautica, che rendono l’offerta formativa del Polo Marconi unica in Italia e seconda in Europa solo alla prestigiosa Solent University di Southampton.

Il Polo ha visto negli ultimi anni una rapida espansione in termini di studenti iscritti e di consolidamento come realtà internazionale, nonostante la crisi di mercato.

Il presente bando è finalizzato a costruire, in collaborazione con Promostudi, delle linee guida strategiche di marketing e comunicazione volte a consolidare l’immagine del Polo Universitario come fiore all’occhiello delle eccellenze spezzine e italiane, ma al contempo lanciare l’immagine su scala italiana ed internazionale tramite pianificazione di campagne web, studio ed ottimizzazione della corporate identity, eventuale presenza sui social media, pianificazione degli eventi.

## Art. 2 Oggetto dell’appalto

Affidamento dei servizi di progettazione e realizzazione di una campagna d’informazione, pubblicità e marketing volta a promuovere il Polo Universitario della Spezia, con lo scopo di aumentare il numero delle iscrizioni per il prossimo anno accademico (2016/2017) e aumentare l’integrazione e collaborazione con il mondo delle imprese e degli enti di ricerca.

## Art. 3 Obiettivi

Obiettivo generale è quello di garantire la massima copertura mediatica possibile di pubblico, in coerenza con gli obiettivi del Piano, ottimizzando le risorse destinate alla pubblicità (costo/efficacia) e individuando i migliori strumenti e canali di comunicazione. Obiettivo 2016 è l’avviamento di una campagna di comunicazione che tenga conto delle seguenti linee guida:

- **Il Polo universitario e l’impresa:** un sodalizio presente sin dalla sua nascita, che deve andare sempre più a consolidarsi in termini di offerta che il Polo Marconi rappresenta, a disposizione/servizio dell’impresa, con un ritorno occupazionale.
- **Non solo corsi di laurea:** il Polo Marconi, nonostante abbia assistito alla chiusura di alcuni dei suoi corsi di laurea, ha investito, per quanto fosse consentito, in ricerca e in progetti e sta puntando nel medio termine ad una significativa espansione, sia in termini di iscritti sia in termini di offerta formativa.
- **Il Polo universitario come fiore all’occhiello delle eccellenze spezzine e italiane:** consolidare l’immagine in questi termini su base locale, ma al contempo lanciare l’immagine su scala italiana ed internazionale tramite pianificazione di adeguati strumenti.

# Polo Universitario della Spezia

*Promostudi La Spezia - Fondazione di partecipazione per la promozione degli studi universitari alla Spezia*

## Obiettivi specifici

1. Individuare e formulare le strategie più efficaci per raggiungere i destinatari della comunicazione (potenziali studenti, imprese, enti di ricerca)
2. Progettare e realizzare, in un quadro strategico e unitario di identità e di immagine coordinata, una campagna pubblicitaria
3. Aumentare il numero delle domande di iscrizione al Polo Universitario e i contatti con il mondo dell'impresa.
4. Definire i costi gestionali triennali di mantenimento del Piano di comunicazione che sarà realizzato.

## Art.4 Proposta progettuale

La proposta dovrà essere presentata specificando le attività che saranno realizzate, indicando in particolare i canali informativi e divulgativi offerti, gli strumenti, i materiali informativi e divulgati che saranno realizzati e le relative tempistiche di attuazione del Piano secondo quanto suggerito al punto 4.1, rispondendo ai criteri di valutazione della proposta di cui all'articolo 9.

La proposta progettuale che sarà presentata deve essere così formulata:

1. Descrizione del progetto complessivo di ristrutturazione della comunicazione del Polo universitario con la definizione della strategia di intervento suddivisa per singoli target del polo (Studenti, Aziende, Enti di Ricerca).
2. Definizione della strategia di comunicazione e degli strumenti di comunicazione che saranno utilizzati, per il rilancio del Polo Universitario
3. Descrizione delle attività Online e OffLine che saranno realizzate incluse nell'offerta con specifica indicazione dei mezzi che saranno utilizzati. Si prega di individuare anche le attività non incluse nel budget dell'offerta (quali ad es.: stampa materiali -quali, quanti, dove distribuiti, banner, ADV etc..) ma compresi nell'offerta per quel che riguarda la realizzazione e/o la gestione.
4. Cronoprogramma degli interventi proposti e definizione del piano di gestione della campagna di Comunicazione riferito ad un triennio.

A compendio, sarà valutata positivamente un'appendice con ulteriori strumenti e iniziative da valutare come attività extra - budget.

### 4.1 Caratteristiche della proposta

Al fine di rispondere agli obiettivi preposti, considerando lo scenario e i destinatari delle azioni divulgative e in generale legate alla comunicazione, si suggeriscono alcuni canali informativi e strumenti di comunicazione:

#### a. Canali informativi e divulgativi

1. Verifica funzionalità sito web, indicizzazione, eventuale ottimizzazione/rifacimento;
2. Organizzazione dei comunicati stampa
3. Predisposizione materiali informativi e divulgativi eventi (fiere, manifestazioni, seminari in loco e al di fuori della sede adeguatamente)

# Polo Universitario della Spezia

Promostudi La Spezia - Fondazione di partecipazione per la promozione degli studi universitari alla Spezia

4. Presenza sui social network (in particolare creazione delle pagine Facebook, Twitter e LinkedIn ufficiali e sponsorizzate tramite opportuna campagna);

## **b. Strumenti e materiali informativi e divulgativi**

1. Banner web, individuando giornali on line e siti istituzionali più appropriati italiani ed esteri;
2. ADV cartacea su riviste di settore, riviste scientifiche
3. ADV cartacea con manifesti
4. Brochure, flyer (etc.)

## **4.2 Attuali strumenti di comunicazione**

Sito internet: [www.unispezia.it](http://www.unispezia.it)

Logo (**allegato A**)

Ppt istituzionali / Brochure (**allegato B**)

Incontri con scuole superiori (open day) (organizzati indicativamente a Settembre, Gennaio, Febbraio, Aprile, Luglio, secondo la programmazione di Ateneo)

Partecipazioni a fiere/convegni (AA 2014/15 - Salone Nautico, Seafuture, Seatec, MariTech, Ocean 2015; Electric & hybrid marine World Expo ed altre manifestazioni di settore)

Rassegna stampa locale (Citta Della Spezia)

Organizzazione/partecipazione eventi e seminari (1001VelaCup, Festa Marineria, Trofeo Mariperman, Notte dei Ricercatori, attività seminariali ATENA e DLTM, EmshipWeek Erasmus Mundus, ...).

## **ART. 5 – Soggetti ammessi alla gara**

Sono ammessi a partecipare:

- a) Imprese, Società e Agenzie di grafica, design della comunicazione visiva, pubblicità e comunicazione;
- b) professionisti grafici, web e graphic designer che esercitano attività professionale in forma documentata.

La partecipazione è ammessa in forma individuale o raggruppamento, anche non formalmente costituito, allegando in quest'ultimo caso una dichiarazione sottoscritta da tutti i componenti del gruppo dalla quale risulti il soggetto che ha la rappresentanza del gruppo stesso (art.37 d.lgs. 163/2006) Non è ammessa la partecipazione in forma individuale ed in forma associata dello stesso soggetto, né è ammessa la partecipazione dello stesso soggetto a più raggruppamenti anche temporanei.

Ogni partecipante (singolo- gruppo- società- impresa – agenzia) può presentare una sola proposta progettuale.

## **Art. 6 Risorse**

Il prezzo a base d'asta ammonta a € 28.000,00 IVA inclusa.

## **Art. 7 Modalità di presentazione della documentazione**

Le proposte devono essere presentate in un unico plico chiuso, sigillato e non trasparente con la dicitura "Progettazione e realizzazione del **Piano di comunicazione per Promostudi**".

All'interno del plico dovranno essere inserite tre buste contenenti la seguente documentazione:

- **Busta A** recante la dicitura "documentazione amministrativa" contenente:

# Polo Universitario della Spezia

Promostudi La Spezia - Fondazione di partecipazione per la promozione degli studi universitari alla Spezia

- fotocopia fronte/retro di un documento di riconoscimento del legale rappresentante;
  - curriculum professionale del singolo professionista partecipante o impresa e nel caso di Raggruppamenti Temporanei di tutti i componenti;
  
  - **Domanda di partecipazione e dichiarazione sostitutiva** debitamente compilata e sottoscritta da parte del legale rappresentante conforme **all'allegato C**.
- **Busta B** - recante la dicitura "offerta tecnica" contenente gli elaborati di cui all'articolo 4.
  - **Busta C** – Offerta Economica contenente il ribasso percentuale offerto in cifra e in lettera.

## **Art. 8 Invio degli elaborati e termini di consegna**

Le proposte devono pervenire a **Promostudi La Spezia, Via dei Colli 90 - 19121 La Spezia, entro le ore 12.00 di martedì 3 maggio 2016.**

Le proposte potranno essere inviate tramite raccomandata AR o consegnate a mano presso la segreteria di Promostudi La Spezia (dal lunedì al venerdì con orario 9:00 – 12:30 / 14:00-17:30). Saranno considerati prodotti in tempo utile gli elaborati pervenuti entro le ore 12.00 del suddetto giorno. L'invio degli elaborati si intende fatto ad esclusivo rischio dei singoli partecipanti, per cui non saranno ammessi reclami in caso di mancato o ritardato arrivo, come pure non saranno ammessi reclami se il concorrente sarà escluso dal concorso, qualora il progetto – a causa di mancata, incompleta o inesatta indicazione sull'esterno, o comunque per disguidi imputabili a terzi – non pervenga in tempo utile a Promostudi La Spezia.

Sarà nominata una commissione per la valutazione delle offerte pervenute.

Si procederà all'apertura in seduta pubblica della Busta A – documentazione amministrativa il giorno 3 maggio 2016 alle ore 14.30.

La commissione giudicatrice provvederà in seduta riservata alla valutazione della proposta tecnica. Sarà comunicato agli ammessi data e ora dell'apertura in seduta pubblica della busta C recante offerta economica via PEC o a mezzo fax.

## **Art. 9 Criteri di valutazione**

Il Criterio di aggiudicazione è quello dell'offerta economicamente più vantaggiosa.

Al fine della valutazione degli elaborati sono individuati dei criteri di giudizio costituiti dagli elementi sotto indicati, con i rispettivi punteggi massimi attribuibili:

OFFERTA TECNICA	
Valutazione piano di comunicazione e prodotti	40
Qualità della proposta presentata: fattibilità tecnica ed economica della proposta – chiarezza, attendibilità ed esaustività del documento	0 - 8
Innovazione: originalità della proposta e utilizzo strumenti innovativi	0 - 8
Efficacia (numero degli studenti che saranno	0 - 3

# Polo Universitario della Spezia

Promostudi La Spezia - Fondazione di partecipazione per la promozione degli studi universitari alla Spezia

coinvolti dalla campagna e numero altri soggetti coinvolti – Imprese ed Enti di ricerca)	
Fase attuativa (tempi di realizzazione, piano di gestione del programma di comunicazione e i relativi costi pluriennali e sviluppo compatibile con tempistiche didattiche)	0 - 8
Valutazione della proposta e delle attività/interventi e servizi offerti (quali 1. Interventi su Sito web 2. Attività di ufficio stampa 3. Organizzazione fiere 4. Presenza sui social network 5. Restyling logo; 6. Altre attività)	0 – 8
Elaborati proposti e materiale che sarà prodotto	0-5
<b>Offerta Economica</b>	<b>10</b>
<b>TOTALE</b>	<b>50</b>

Il punteggio relativo al prezzo sarà assegnato sulla base della seguente formula

$$V_i = R_i / R_{max}$$

$V_i$  = Coefficiente dell'offerta  $i$ -esima

$R_i$  = Ribasso relativo all'offerta  $i$ -esima

$R_{max}$  = Ribasso massimo tra tutte le offerte presentate

$$\text{Punteggio} = V_i * 10$$

## Art. 10 Aggiudicazione

Con specifico provvedimento sarà proclamata l'aggiudicazione provvisoria a favore del concorrente primo nella graduatoria di merito come sopra specificato.

Successivamente all'aggiudicazione provvisoria, si procederà, ricorrendone le condizioni di legge, alla aggiudicazione definitiva e successivamente alla stipula del contratto.

Promostudi si riserva la facoltà di affidare il servizio anche in presenza di una sola offerta valida e di non aggiudicare qualora nessuna offerta risulti conveniente o idonea in relazione all'oggetto del bando o per ragioni di pubblico interesse.

Promostudi potrà richiedere eventuali integrazioni contrattuali all'offerta presentata, entro modiche cifre e comunque non superiori alla base d'asta, nell'ipotesi in cui ciò fosse necessario.

## **ART. 11 – Validità dell'offerta**

In caso di decadenza dell'aggiudicazione o risoluzione del contratto, Promostudi si riserva la facoltà di aggiudicare la gara al concorrente che segue il primo nella graduatoria approvata con il provvedimento di aggiudicazione definitiva, alle medesime condizioni proposte in sede di gara.

Entro i termini di validità dell'offerta, il concorrente classificato in posizione utile in graduatoria, sarà tenuto all'accettazione dell'aggiudicazione, salvo comprovate e sopravvenute cause (esclusa in ogni caso la variazione di prezzi) che impediscano la stipulazione del contratto.

Nel caso in cui l'Amministrazione volesse esercitare la facoltà di utilizzare la graduatoria di gara oltre i termini di validità dell'offerta, il concorrente contattato dall'Amministrazione non ha obbligo di accettazione.

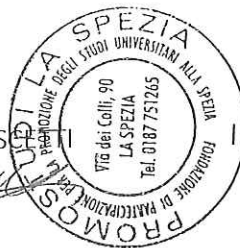
# Polo Universitario della Spezia

Promostudi La Spezia - Fondazione di partecipazione per la promozione degli studi universitari alla Spezia

## ART. 12 – Chiarimenti sugli atti di gara

É possibile ottenere chiarimenti sulla presente procedura mediante la proposizione di quesiti scritti da inoltrare all'indirizzo di *posta elettronica*: [nardi@unispezia.it](mailto:nardi@unispezia.it), almeno 10 giorni prima della scadenza del termine fissato per la presentazione delle offerte. Non saranno, pertanto, fornite risposte ai quesiti pervenuti successivamente al termine indicato. Le risposte a tutte le richieste presentate in tempo utile verranno fornite almeno 5 giorni prima della scadenza del termine fissato per la presentazione delle offerte.

Il Presidente  
Dott. Ing. Dino NASCETTI



### Allegati:

Allegato A - Logo

Allegato B - Brochure istituzionale

Allegato C - Modulo domanda di partecipazione e dichiarazione sostitutiva

Sito internet: [www.unispezia.it](http://www.unispezia.it)