

Milano, 01/12/2018

Riferimento del contratto: AID 011366/ACRA/ITA

OGGETTO: BANDO DI GARA per attività di ufficio stampa e relazioni pubbliche per il progetto “Le nostre città invisibili. Incontri e nuove narrazioni del mondo in città”.

Il progetto è finanziato dall’Agenzia Italiana della Cooperazione allo Sviluppo – AICS e coordinato da Fondazione ACRA, con l’obiettivo di contribuire al contrasto di rappresentazioni scorrette e discriminanti delle migrazioni e della diversità culturali.

Fondazione Pubblicità Progresso in collaborazione con Fondazione ACRA e Fondazione ISMU indice il presente bando al fine di selezionare un fornitore per attività di ufficio stampa e relazioni pubbliche per la durata complessiva di mesi sei.

Il presente documento si compone di:

- bando di gara pag 1-3
- brief pag. 4 - 5
- modello A pag- 6 - 7

SCADENZA: la scadenza per la presentazione del dossier di candidatura è fissato per il 20 dicembre 2018.

Il dossier di candidatura deve essere indirizzato a Cristina Dondini
c.dondini@pubblicitaprogresso.org oppure spedita tramite posta all’indirizzo Fondazione Pubblicità Progresso, Via G. Mercalli 11, 20122 - Milano

In fede,

Alberto Contri, Presidente Fondazione Pubblicità Progresso



Bando di gara per attività di Ufficio Stampa e Relazioni Pubbliche

1. Committente

Il committente è la Fondazione Pubblicità Progresso, partner del progetto in oggetto finanziato dall'Agenzia Italiana della Cooperazione allo Sviluppo – AICS coordinato da Fondazione ACRA e in partnership con Fondazione ISMU.

2. Oggetto

Affidamento dei servizi per attività di ufficio stampa per il progetto “*Le nostre città invisibili*” con particolare riferimento alla campagna di sensibilizzazione volta al contrasto delle rappresentazioni scorrette e discriminanti del fenomeno delle migrazioni. L'attività richiesta sarà indirizzata all'informazione, la comunicazione e promozione del progetto e sarà diretta a agenzie stampa, quotidiani e periodici, emittenti radiofoniche e televisive, e canali social nazionali, locali e specializzati.

L'affidamento dovrà garantire i servizi come da procedure indicate nel presente documento e /o allegati.

3. Contenuti del servizio richiesto

Gestione e funzionamento dell'Ufficio Stampa che, coordinandosi con i referenti del progetto dovrà occuparsi delle seguenti attività: convocazione e organizzazione di una conferenza stampa di lancio della campagna (mailing list, book fotografici e riprese video in alta definizione, recall, predisposizione dei materiali,) follow up con almeno 2 azioni stampa al mese (per mesi sei) al fine di favorire la pubblicazione delle notizie inerenti al progetto (comunicato stampa e intervento a firma) coinvolgimento dei media nazionali e internazionali attraverso la sollecitazione interviste su carta intestata, web tv e radio pianificazione e gestione di un'attività social settimanale reazione proattiva rispetto a richieste dei giornalisti sollecitazione della ripresa delle tematiche ogniqualvolta possibile, grazie all'aggancio a notizie di giornata che possono essere spunto per parlare dell'iniziativa valorizzazione degli eventi collaterali parte del progetto presenza del proprio staff in occasione di eventi istituzionali.

4. Proposta

La proposta dovrà essere accompagnata da offerta circostanziata che riporti:

- la descrizione del servizio proposto,
- la composizione dello staff preposto accompagnato dai relativi curricula
- offerta economica suddivisa per voci di costo. I costi sono da intendersi iva inclusa.

5. Criterio di aggiudicazione

Il lavoro verrà affidato alla proposta che risponda al requisito di miglior qualità/prezzo, valutata sulla base dei seguenti criteri:

Punteggio massimo 100/100 così suddiviso:

- a) aderenza del progetto alle indicazioni 0 a 30
- b) esperienza pregressa nella realizzazione di attività di ufficio stampa e di relazioni pubbliche prestate in ambito sociale: punti da 0 a 30
- c) offerta economica: punti da 0 a 40.

6. Soggetti ammessi alla gara

Sono ammessi alla gara tutti gli uffici stampa e le agenzie di relazioni pubbliche

7. Dossier di candidatura

Ai partecipanti è richiesta la presentazione di un dossier di candidatura, composto come segue:

- a) portfolio aggiornato dell'Agazia /Ufficio stampa da cui si evinca esperienza pregressa in ambito di comunicazione sociale
- b) compilazione del Modello A
- c) offerta economica

8. Termini e modalità di presentazione delle offerte

Le agenzie partecipanti alla gara dovranno inviare il dossier di candidatura all'indirizzo email c.dondini@pubblicitaprogresso.org oppure presso Fondazione Pubblicità Progresso, Via G. Mercalli 11, 20122 – Milano entro e non oltre il 20 dicembre 2018. L'offerta economica dovrà essere comprensiva di tutte le spese che l'aggiudicatario dovrà sostenere per l'esecuzione del servizio.

9. Aggiudicazione

Un comitato paritetico composto da Fondazione Pubblicità Progresso, da Fondazione ACRA e Fondazione ISMU, procederà in forma privata alla valutazione dell'offerta con relativa assegnazione, a proprio e insindacabile giudizio, dei punteggi e conseguente aggiudicazione dei lavori in oggetto. Il comitato pubblicherà sul sito di Pubblicità Progresso www.pubblicitaprogresso.org l'agenzia aggiudicataria del bando entro il 14 /1/2019

9. Termini di esecuzione incarico

L'agenzia aggiudicataria si impegna per un periodo di mesi 6 a partire dalla data di lancio della campagna prevista per il mese di febbraio 2019

10. Garanzia e riservatezza dei dati

Pubblicità Progresso assume l'incarico di responsabile del trattamento dei dati con obbligo di garantire la massima riservatezza, applicando la disciplina in materia prevista dalla legge.

11. Informazioni

Richieste di informazioni possono essere inviate a: info@pubblicitaprogreso.org

Brief per la realizzazione di video di sensibilizzazione

ACRA, Pubblicità Progresso e ISMU, avviano insieme ai partner il progetto “Le nostre città invisibili” orientato al contrasto di rappresentazioni scorrette e discriminanti delle migrazioni e della diversità culturale.

Obiettivi di comunicazione

Cuore della campagna di sensibilizzazione dovrà essere la creazione di un nuovo lessico comune, libero dagli allarmismi che siamo abituati ad associare ai fenomeni migratori. Fondamentale è uscire dalla logica emergenziale, per far capire che lo spostamento di popolazioni è un fenomeno ciclico e non proprio solo di questi ultimi anni. Occorre porre l'accento sull'idea delle identità che si contaminano, identità plurime e coesistenti. Per farlo, si vuole sensibilizzare e sottolineare il modo in cui le diverse tradizioni interagiscono nella quotidianità. Evidenziando i punti di contatto.

Si metterà in risalto l'importanza dell'incontro con le persone. Dallo scambio riceviamo, ricaviamo, ci arricchiamo. L'obiettivo comune sarà esaltare il valore della diversità e della contaminazione fra le culture, senza cadere nella retorica del folclore o dell'esotico, ponendo l'accento sull'idea delle identità che si contaminano, identità plurime e coesistenti.

Target

Il target primario dei video, che saranno divulgati sul web e sui social, saranno i giovani e le giovani di età compresa tra i 15 e i 35 anni. Il target secondario è tutta la popolazione e la cittadinanza italiana.

Canali media

Web e principali social network supportati da campagne advertising online sulle varie piattaforme con possibilità di divulgazione televisiva di uno degli spot realizzati.

Il committente

Il committente si identifica in un comitato composto da ACRA, Pubblicità Progresso e ISMU, partner di progetto datato (data bando) che per la specifica sezione in oggetto opererà via Pubblicità Progresso.

L'obiettivo è quello di comunicare un progetto condiviso da tutti i partner di progetto orientato al contrasto di rappresentazioni scorrette e discriminanti delle migrazioni e della diversità culturale.

ACRA

ACRA è un'organizzazione non governativa laica e indipendente, impegnata nel rimuovere le povertà attraverso soluzioni sostenibili, innovative e partecipate. Un'attenzione particolare è rivolta alle periferie del pianeta e alle fasce di marginalità nel Sud come nel Nord del Mondo. In Europa e in Italia ACRA promuove una cultura di pace, dialogo, scambio interculturale e solidarietà.

Pubblicità Progresso

Per molte persone Pubblicità Progresso è sinonimo di pubblicità sociale e viene identificata con le campagne che ha realizzato in oltre 40 anni di attività. Anche se oggi sviluppa progetti di comunicazione integrata e realizza, oltre a campagne sociali, molte altre attività, Pubblicità Progresso non ha voluto modificare il proprio nome perché rappresenta un riferimento importante nella cultura italiana.

Attiva dal 1971 (prima come Associazione e poi, dal 2005, come Fondazione), Pubblicità Progresso ha promosso e promuove la comunicazione sociale di qualità dimostrando l'utilità di un intervento professionale nel campo della comunicazione sociale.

Con la sua attività contribuisce a valorizzare la comunicazione italiana e i suoi operatori. Nel 2011 la Fondazione ha realizzato una pubblicazione "Pubblicità Progresso."

ISMU

Fondazione ISMU è **ricerca e intervento per la trasformazione della società.**

Da sempre crediamo che il **dialogo** favorisca il **riconoscimento e la promozione dei diritti fondamentali di ogni individuo.** E ci impegniamo ogni giorno, dal 1993, per comprendere i fenomeni migratori, diffonderne una corretta conoscenza, proporre risposte efficaci e realizzare interventi.

ISMU è ricerca scientifica indipendente, educazione, formazione e intervento.

Modello A

1. Ragione Sociale _____

2. Partita Iva o C.F. _____

3. Indirizzo _____

4. Contatti (email e telefono) _____

5. Legale Rappresentante _____

6. Sito internet e profili social _____

Breve descrizione/storia dell'agenzia (data di inizio attività, collaboratori/dipendenti etc)

Ultimi quattro progetti significativi (indicare nome progetto e cliente)
