



Prot. N. 123 / 2026
Reggio Emilia lì 04/03/2026

Spett.le COMUNE DI REGGIO EMILIA
Piazza Prampolini, 1 - 42121 Reggio Emilia
Codice fiscale/P. IVA 00145920351

Alla c.a. dott.ssa Lorena Belli
Dirigente Servizio promozione della città sport e turismo

PEC: comune.reggioemilia@pec.municipio.re.it

OGGETTO: PROCEDURA APERTA PER L’AFFIDAMENTO DEL SERVIZIO DI “GESTIONE UFFICIO INFORMAZIONI, ACCOGLIENZA E PRENOTAZIONE TURISTICA – IAT -R DI REGGIO EMILIA” PER LA DURATA DI 36 MESI CPV 63513000-8: SERVIZI DI INFORMAZIONE TURISTICA – CUI S00145920351202300075 CIG: B0511C98FC

Offerta per modifiche rese necessarie in corso di esecuzione dell'appalto in corso affidato con DD RUD 840/2024. CIG: B0511C98FC - INTEGRAZIONE

Come concordato per le vie brevi e a seguito di Vs. comunicazione ricevuta in data 04/03/2026, siamo ad inviare, in qualità di Capofila del RTI costituito – AR/S Archeosistemi Soc. Coop. e ITINERE Incoming Tour Operator – **aggiornamento** nostra migliore offerta progettuale relativamente a quanto in oggetto, a seguito dell’approvazione con Delibera di Giunta Comunale ID n. 50 del 19/03/2025 del Piano strategico di valorizzazione della città storica, nel quale emerge come prioritaria e determinante la necessità di una strategia di promozione e di un processo di rebranding e marketing del centro di Reggio, con i suoi eventi, per attrarre visitatori, turisti e investitori.

1

IL RTI propone una riformulazione della propria offerta progettuale finalizzata a rendere maggiormente espliciti e misurabili: l’organizzazione del servizio, il personale impiegato, i volumi operativi, i livelli di servizio e il quadro delle attività effettivamente svolte nell’ambito dell’Agenzia per la promozione integrata del centro storico, in continuità con il servizio IAT-R.

La proposta mantiene il medesimo impianto strategico già formulato nel preventivo, basato sul **doppio mandato** dell’Agenzia. Sarà pertanto di seguito proposto un progetto che metta al centro la Città storica conosciuta + comunicata + promossa + connessa, quale HUB Urbano del Centro Storico, a seguito anche del riconoscimento ottenuto dall’Amministrazione Comunale, da parte della Regione Emilia – Romagna con Determinazione della Regione Emilia-Romagna n. 13724.

Considerato che il RTI si è aggiudicato la PROCEDURA APERTA PER L’AFFIDAMENTO DEL SERVIZIO DI “GESTIONE UFFICIO INFORMAZIONI, ACCOGLIENZA E PRENOTAZIONE TURISTICA – IAT -R DI REGGIO EMILIA” PER LA DURATA DI 36 MESI CPV 63513000-8 SERVIZI DI INFORMAZIONE TURISTICA – CUI S00145920351202300075 CIG: B0511C98FC (Determinazione Dirigenziale RUD n. 840 del 18/07/2024), come richiesto, prevede la nascita di uno strumento ad hoc per la promozione integrata



del centro storico di supporto alle politiche dell'hub e collegata attraverso lo IAT-R alle politiche turistiche della città di Reggio Emilia.

Il progetto di seguito presentato, sulla base dei criteri richiesti da Codesta Spettabile Amministrazione, prevede l'attivazione di una Agenzia per la promozione integrata del centro storico, attraverso un'integrazione del contratto in corso con un insieme organico di prestazioni aggiuntive, insediata presso lo IAT-R, con "doppio mandato":

1. Potenziamento della attività di promozione turistica del centro storico, in continuità e sinergia con lo IAT-R (informazione/accolgenza, pacchetti, itinerari, etc.);
2. Promozione dell'economia urbana del centro storico, in coerenza con le attività previste dall'HUB Urbano del Centro Storico (comunicazione, marketing, eventi, attrattività, valorizzazione del patrimonio materiale e immateriale, investimenti, impresa, etc.).

Premessa

Il centro storico di Reggio Emilia rappresenta oggi il principale prodotto turistico urbano della città: un patrimonio diffuso di luoghi, attività, eventi, spazi culturali, commercio di vicinato, esperienze gastronomiche e funzioni civiche che compongono l'identità viva e riconoscibile della città storica. La sua valorizzazione richiede una comunicazione professionale, continuativa e integrata, capace di trasformare il centro in un racconto immediato, accessibile e attrattivo per visitatori, cittadini e city users. Parallelamente, il Comune ha avviato un processo strutturato di rigenerazione economica, sociale e culturale della città storica attraverso l'HUB Urbano, uno strumento di governance pubblico-privata che ha la funzione di coordinare, accompagnare e sostenere la transizione verso un nuovo modello di sviluppo del centro. L'HUB Urbano opera come infrastruttura immateriale che connette operatori economici, istituzioni culturali, realtà associative, imprese creative, enti di promozione turistica e comunità locali, con l'obiettivo di rendere il centro storico un ecosistema attrattivo, competitivo e accogliente; è quindi da considerarsi un'area centrale, caratterizzata da un'alta concentrazione di servizi strumentali e funzioni culturali, agendo come nodo strategico per la vita sociale della cittadinanza. In questo quadro, l'attivazione di un servizio professionale di comunicazione e promozione non è soltanto un supporto tecnico, ma un elemento strategico della politica cittadina di promozione turistica e valorizzazione della città storica, in risposta ai cambiamenti sociali e alle sfide quotidiane per una maggiore visibilità e valorizzazione del centro storico.

2

Finalità

L'agenzia chiamata a svolgere il servizio dovrà integrare due funzioni complementari:

1. **Promozione turistica del prodotto centro storico**, attraverso contenuti originali, piani editoriali, media relations, narrazioni esperienziali, strumenti digitali e fisici, coordinamento informativo e supporto agli eventi, come previsto dal capitolato e dai servizi richiesti, da contratto DI "GESTIONE UFFICIO INFORMAZIONI, ACCOGLIENZA E PRENOTAZIONE TURISTICA – IAT -R DI REGGIO EMILIA" PER LA DURATA DI 36 MESI CPV 63513000-8 SERVIZI DI INFORMAZIONE TURISTICA – CUI S00145920351202300075 - CIG: B0511C98FC."

2. **Valorizzazione e comunicazione dell’HUB Urbano**, quale piattaforma di governance, innovazione, accompagnamento delle imprese, attivazione di reti e sviluppo di progettualità. La comunicazione, in questo caso, diventa parte integrante del processo di promozione del centro, rendendo visibili obiettivi, strumenti, risultati e opportunità per gli operatori pubblici e privati e per la città.

Modalità di lavoro e ruolo

La proposta progettuale si fonda sulle seguenti modalità di lavoro:

- comunicazione gentile e nudging, per orientare comportamenti positivi e rendere più leggibile e accogliente il centro storico;
- presidio quotidiano del territorio e raccolta continua dei segnali provenienti dalla rete degli operatori pubblici e privati, utile tanto alla promozione turistica quanto al lavoro dell’HUB Urbano;
- produzione strutturata di contenuti – editoriali, visivi, narrativi, informativi – in grado di raccontare il centro storico in tutte le sue dimensioni: culturale, economica, urbana, sociale, turistica;
- rete dei collaboratori e relazioni professionali, indispensabile per collegare le attività dell’HUB con i bisogni informativi e comunicativi della città storica;
- integrazione di strumenti digitali e tradizionali, per raggiungere pubblici diversi, aumentare l’accessibilità dell’informazione e creare un racconto coerente e continuativo.

L’agenzia di comunicazione diventa così uno strumento operativo al servizio del Comune per:

- promuovere il centro storico come prodotto turistico di riferimento;
- potenziare l’attrattività della città storica in una logica integrata (turismo, commercio, cultura, eventi, vita quotidiana);
- sostenere l’HUB Urbano nella sua funzione di regia e accompagnamento alla valorizzazione e attrattività del centro storico;
- generare una narrazione condivisa capace di restituire ai cittadini e ai visitatori la ricchezza, la vitalità e le opportunità che il centro storico di Reggio Emilia esprime.

Organizzazione del team e governance

L’Agenzia avrà sede fisica nei locali dello IAT – R Informazione e Accoglienza Turistica di Reggio Emilia, con cui svilupperanno sinergie per la promozione integrata della Città storica.

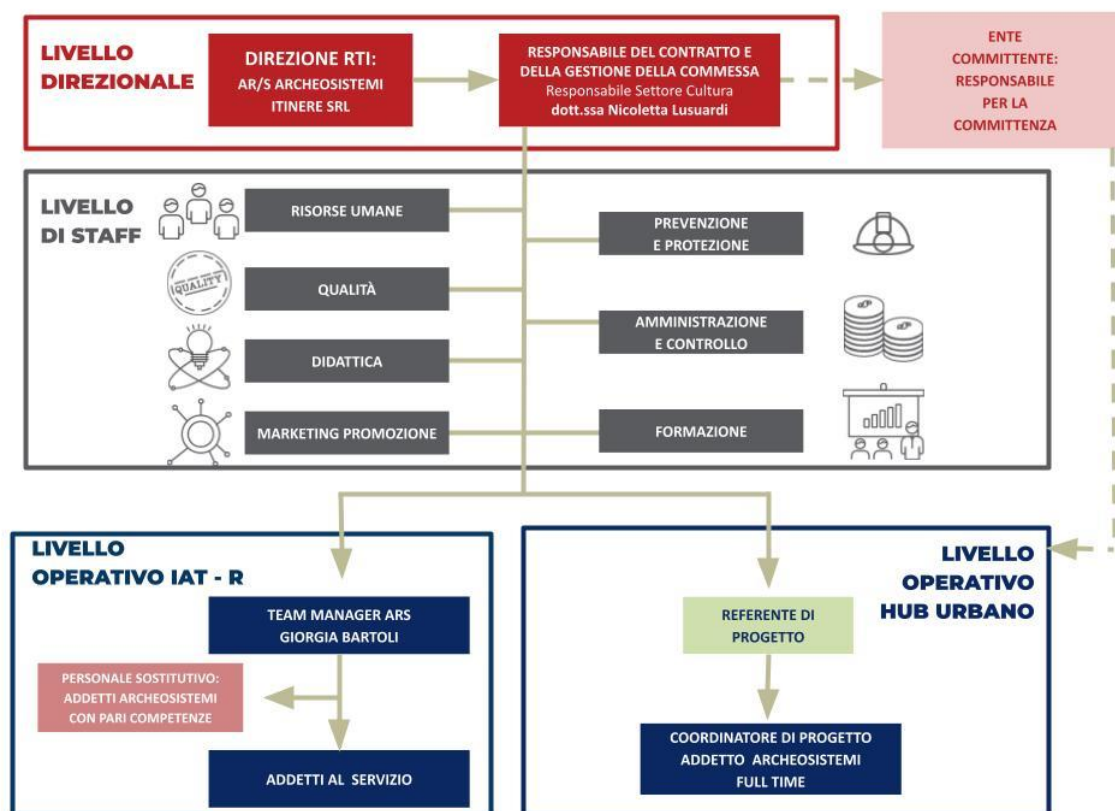
Verrà adottata una struttura leggera, distribuita e collaborativa, fondata su due funzioni chiave e una rete di collaborazioni. In coerenza con quanto già descritto nel progetto di gara dello IAT-R, il RTI riconferma il modello organizzativo che, come da sistema qualità, si articola su differenti livelli funzionali e procedurali, come da tabella di seguito.

Tale modello organizzativo presenta una serie di vantaggi:

- sinergia tra competenze;
- complementarità delle *skills*,
- maggiore efficacia propria di una struttura incentrata sullo scambio e integrazione tra le parti;

- rapidità di esecuzione;
- giusto equilibrio tra ramo operativo e ramo funzionale/direzionale.

Fermo restando il fondamentale ruolo guida svolto dall'Ente Appaltante nella direzione e nell'esecuzione complessiva dei servizi richiesti in questa fase di modifica contrattuale, la gestione della commessa in qualità di **Responsabile del contratto**, sarà affidato a **Nicoletta Lusuardi – Responsabile del Settore Cultura di Archeosistemi** per quanto riguarda tutti gli aspetti contrattuali, amministrativi ed organizzativi dell'intero servizio in rappresentanza dell'RTI, alla quale saranno subordinate le figure come da infografica di seguito, rappresentante l'organigramma della commessa:



Per meglio comprendere i ruoli delle figure che operativamente compongono l'organigramma che si propone di attivare, con relativi compiti, di seguito una breve descrizione:

A. REFERENTE DI PROGETTO: Coordinamento centrale e produzione dei contenuti

Gestione di tutte le attività editoriali e comunicative, definendo la copy strategy e la linea editoriale. Tale mansione prevede di curare le relazioni istituzionali e garantire coerenza e riconoscibilità al brand narrativo del centro storico. Si imposterà il lavoro in modalità agenzia di comunicazione, con competenze interne di art direction, copywriting e gestione operativa: verranno eseguiti e coordinati shooting foto e video, post-produzione, supervisione dei canali digitali e trasformazione di storie, segnali urbani e micro-contenuti in materiali curati e di qualità. La figura che seguirà tali attività parteciperà agli incontri periodici di redazione, anche con propri collaboratori, contribuendo alla

definizione e al monitoraggio del piano editoriale. Opererà a stretto contatto con il referente dell'Amministrazione, che mantiene la potestà decisionale sulle uscite.

B. COORDINATORE DI PROGETTO:

Attività di redazione, coordinamento e gestione operativa del piano editoriale; mantenimento dei contatti con i referenti del territorio (operatori economici, associazioni, servizi comunali, scuole, cittadini attivi) e gestione del rapporto con il coordinamento centrale. Si propone l'inserimento di una figura full time, che avrà anche il ruolo di Coordinatore del Progetto per la ditta, oltre ad una seconda risorsa part time, che dipenderà direttamente dalle figure di coordinamento/responsabilità. Le suddette risorse organizzano l'uscita dei contenuti, coordinano la rete dei content creator e il flusso delle segnalazioni dal territorio, convocando le riunioni di redazione e assicurando il monitoraggio continuo del piano editoriale e dei canali. Può essere considerato un content manager di prossimità: una figura che contribuisce con il suo lavoro quotidiano a trasformare la vita quotidiana in narrazione urbana, moderare le interazioni social e raccogliere, ordinare e valorizzare le richieste e i segnali che emergono dal contesto.

Il Coordinatore, coadiuvato dal Referente di Progetto, avrà anche il compito di **Gestire i rapporti e i contributi che arriveranno da parte di una Rete dei 'collaboratori' – Redazione allargata**. Si prevede di coinvolgere una comunità ampliata di partner comunicativi, quali: uffici stampa delle associazioni, opinion maker e influencer locali, videomaker, studenti, stakeholder e cittadini attivi. Questi soggetti saranno progressivamente coinvolti e coordinati per alimentare un dialogo costante con la città, contribuendo alla raccolta di segnali, storie e contenuti che rendono l'ecosistema comunicativo più ricco, partecipato e rappresentativo della vita urbana.

5

Il **Servizio dell'Agenzia dell'HUB Urbano** sarà garantito con l'inserimento da parte di Archeosistemi di **un addetto assunto Full-Time (40H/settimanali per 48 settimane/anno)**, nell'ambito dell'orario di apertura dello IAT-R di Reggio Emilia in Via Luigi Carlo Farini, 1/a, a Reggio Emilia, così da poter armonizzare in modo coerente ed efficace i due servizi. Rispetto all'articolazione oraria della figura individuata, ci si rende disponibile ad una valutazione insieme alla Committenza, affinché si possa rispondere al meglio alle esigenze del progetto, anche in termini di flessibilità oraria.

Piano delle attività dell'Agenzia

Saranno garantite le seguenti attività, come elencate nella Vs. lettera di richiesta di variazione contrattuale:

1. Regia editoriale e pianificazione integrata dei contenuti

L'Agenzia garantisce la costruzione e l'aggiornamento di un **piano editoriale integrato** (web, social, stampa e strumenti fisici in città), con gestione continuativa dei contenuti dedicati al centro storico, con particolare riferimento a: attrattività, eventi, patrimonio culturale, beni e servizi, accessibilità, opportunità e trasformazioni urbane.

L'attività comprende:

- pianificazione mensile e settimanale dei contenuti;
- integrazione tra contenuti ordinari, campagne, eventi, urgenze;

- raccordo con il calendario cittadino e con i segnali provenienti dal territorio;
- adattamento continuo del piano editoriale in funzione della vita reale del centro storico.

Questa componente rappresenta il **cuore di regia** del servizio e costituisce il presupposto per una comunicazione non episodica, ma strutturata e coerente.

2. Produzione contenuti social e multimediali

La produzione di contenuti social e multimediali costituisce una delle linee operative principali dell’Agenzia e viene organizzata come **filiera produttiva continuativa**. La produzione di video, reel, stories e contenuti narrativi non si limita alla consegna di un “pezzo finito”, ma richiede organizzazione editoriale, scouting, coordinamento territoriale, produzione, editing, adattamento e distribuzione. Inoltre, è strettamente connessa al presidio quotidiano del territorio e alla rete di stakeholder e costituisce uno strumento essenziale per rendere visibili la vitalità del centro storico, gli eventi, le opportunità e i processi di trasformazione in corso.

In tale prospettiva, l’offerta propone una **filiera di content production integrata**, sostenuta da:

- team interno dedicato (coordinamento + presidio operativo);
- regia editoriale centrale;
- rete di collaboratori e professionisti (inclusi fotografi/videomaker, già previsti nel quadro economico);
- integrazione con il lavoro di relazione sul territorio.

6

Contenuti social ricorrenti e format editoriali

L’Agenzia produce e coordina contenuti social declinati per i canali digitali, con formati differenti in funzione dei target e delle finalità:

- post informativi e di valorizzazione;
- contenuti brevi e declinati per social network;
- stories / pillole / reminder;
- reel e micro-format narrativi;
- contenuti di servizio e call to action;
- contenuti di accompagnamento a eventi, iniziative, percorsi e campagne.

Video e reel (ideazione, ripresa, montaggio, adattamento)

L’offerta valorizza in modo specifico la produzione video e reel, quale componente essenziale per una narrazione urbana contemporanea e ad alta capacità di engagement.

La prestazione comprende, in via ordinaria:

- ideazione del format e impostazione narrativa;
- scouting temi / luoghi / persone / segnali urbani;
- riprese video e raccolta materiali;
- montaggio e post-produzione;
- eventuali sottotitoli/adattamenti per fruizione social;

- adattamento ai formati dei diversi canali;
- pubblicazione e rilancio in coerenza con il piano editoriale.

Queste attività si collegano direttamente sia alla voce “produzione/postproduzione foto/video” sia alla regia editoriale e alla gestione canali, e non possono essere lette come il costo isolato di “un video”, ma come processo di produzione integrato.

Il RTI evidenzia, in modo specifico, che la **produzione di contenuti social e multimediali** rappresenta un asse portante dell’offerta e una componente ad alta intensità di lavoro qualificato.

3. Mini-reportage e narrazione di prossimità

L’Agenzia sviluppa contenuti narrativi e mini-reportage dedicati a:

- volti, luoghi e testimoni della città storica;
- imprese, botteghe, servizi e iniziative;
- trasformazioni urbane e processi in corso;
- elementi identitari e quotidianità del centro storico.

Questa linea di contenuto consente di tradurre il presidio del territorio in storytelling di qualità, favorendo una narrazione più partecipata, riconoscibile e coerente con il posizionamento del centro storico.

4. Copertura eventi (pre / durante / post)

Per gli eventi principali e per le iniziative prioritarie, l’Agenzia garantisce una copertura contenutistica articolata:

- pre-evento: lancio, programma, attivazione attesa, strumenti di orientamento;
- durante evento: stories, pillole, reel, foto, contenuti near-live;
- post-evento: recap, reportage, valorizzazione risultati e materiali riutilizzabili.
- supporto alle urgenze comunicative legate a eventi o comunicazioni dell’Amministrazione.

5. Gestione canali e community management

L’Agenzia garantisce il presidio dei canali e il community management in coerenza con i livelli di servizio previsti, comprendendo:

- gestione e moderazione messaggi/commenti;
- risposta e instradamento delle richieste verso i soggetti competenti;
- presidio del tono comunicativo;

Questa attività è parte integrante della qualità del servizio e viene trattata come funzione di ascolto, filtro e relazione, non come mera “pubblicazione tecnica”.

6. Relazione con stakeholder e attivazione della rete territoriale

L’Agenzia svolge una funzione strutturale di relazione e connessione con il territorio, indispensabile per alimentare contenuti pertinenti, aggiornati e credibili e per supportare la promozione dell’HUB Urbano e del centro storico. Si tratta di un presidio quotidiano del territorio, di valorizzare la rete dei collaboratori, relazioni e prossimità, di sviluppare e incrementare contatti con operatori e associazioni.

L'attività comprende:

- contatti periodici con operatori economici e commerciali;
- raccordo con soggetti culturali e organizzatori;
- collaborazioni con scuole, università e associazioni;
- ascolto attivo e raccolta di spunti, segnali e opportunità dal contesto;
- selezione e trasformazione delle informazioni raccolte in contenuti, rubriche, campagne o supporti informativi;
- coordinamento della redazione allargata e dei contributor.

Questa componente rappresenta il “lavoro dietro” l’Agenzia che consente di passare da una comunicazione episodica a una comunicazione realmente aderente alla vita del centro storico.

7. Campagne promozionali, eventi principali e supporto al cartellone integrato

L’Agenzia supporta il marketing degli eventi e la promozione del cartellone integrato delle attività ludiche, culturali e ricreative della città storica, garantendo ideazione, coordinamento e produzione dei contenuti necessari alla promozione.

Le attività di gestione creativa di campagna comprendono:

- creatività visual e copy;
- declinazione visual per strumenti online/offline;
- produzione artwork social e web.

8. Supporto a prodotti turistici urbani e promozione integrata IAT-R / HUB

L’Agenzia sviluppa attività di storytelling delle proposte turistiche per mettere a sistema beni culturali, eventi, commercio, ristorazione, cultura e tempo libero, in sinergia con IAT-R.

Piano dei volumi operativi (attività e quantità)

Di seguito il **piano dei volumi operativi relativo** all’organizzazione e alla produzione dei servizi dell’Agenzia

1. Volumi minimi di produzione contenuti (base mensile garantita) ATTIVITA’ N. 2-3-4-8

TABELLA DI SINTESI Produzione contenuti (focus prioritario: social / video / reel)

Macroarea	Tipologia output / attività	Unità	Minimo mensile garantito	Stima annua minima	Fasi incluse (da esplicitare)	Note di valorizzazione
Social content 1	Reel / stories/infograf.	n.	8	96	ideazione, copy, asset, pubblicazione	Minimo contrattuale; la produzione reale può superare la soglia in funzione di eventi/campagne
Social content 2	Post-caroselli		8	96		
Redazionale	Articoli / reportage	n.	4	48	scouting tema, raccolta info, scrittura, editing	Include storytelling su luoghi, operatori, servizi, iniziative

Macroarea	Tipologia output / attività	Unità	Minimo mensile garantito	Stima annua minima	Fasi incluse (da esplicitare)	Note di valorizzazione
Newsletter	Newsletter (se prevista)	n.	2	24	selezione contenuti, impaginazione/editing, invio	Da attivare secondo piano condiviso
Video	Video (Longform)	n.	1	12	ideazione, riprese, montaggio, adattamenti	Include produzione/post-produzione
Shooting	Shooting foto/video	n.	8	96	pianificazione, ripresa, selezione materiali	Ogni shooting genera più output derivati
Press / media	Comunicati stampa	n.	4	48	redazione, revisione, invio/coordinamento	A supporto US Amministrazione
Social avanzato (valorizzazione)	Reel / pillole / format speciali su eventi, luoghi, operatori (output derivati da shooting/video)	n.	variabile	da piano editoriale	scouting, riprese brevi, montaggio rapido, sottotitoli, adattamento piattaforme	Sezione da enfatizzare: filiera completa, non solo "pubblicazione"
TOTALE PRODOTTI			35	420		

Valorizzazione operativa: tali output rappresentano una soglia minima di consegna e rappresentano solo una quota parte del lavoro dell’Agenzia, che include – come illustrato al paragrafo precedente - attività di pianificazione, coordinamento, raccolta segnali, gestione canali, adattamento dei materiali, raccordo con stakeholder, realizzazione di campagne/eventi.

9

2. Volumi di presidio e gestione continuativa

L’Agenzia garantisce un presidio continuativo sostenuto da:

- 1 coordinatore full-time (40h/Settimana per 48 settimane/annue)
- 1 referente di progetto per la regia editoriale e il coordinamento generale.

I volumi di presidio comprendono:

- pianificazione editoriale periodica;
- gestione operativa delle uscite;
- moderazione/community management;
- coordinamento con la Committenza;
- gestione urgenze comunicative.

TABELLA DI SINTESI Volumi di presidio operativo, canali e community management

Macroarea	Attività continuativa	Unità	Frequenza / volume proposto	Quantità annua indicativa	SLA / standard
Presidio team	Coordinatore full-time	h	40 h/settimana	1.920 h/anno	Presidio continuativo

Macroarea	Attività continuativa	Unità	Frequenza / volume proposto	Quantità annua indicativa	SLA / standard
Regia editoriale	Coordinamento editoriale e qualità (Referente progetto + referente unico RTI)	h	pianificato	560 h/anno (240 + 320)	Coerenza, supervisione, raccordo
Canali/community	Moderazione e gestione messaggi/commenti	gg	lun-ven	~260 gg/anno	Entro 24h feriali
Pianificazione	Piano editoriale / aggiornamento e programmazione	cicli	mensile + aggiornamenti settimanali	12 piani mensili + aggiornamenti	Integrazione con eventi/urgenze
Coordinamento con Committenza	Riunioni operative	n.	2/mese (proposta)	24/anno	agenda / verbale sintetico
Coordinamento con Committenza	Riunioni di verifica/reporting	n.	1/mese (proposta)	12/anno	avanzamento / KPI / criticità
Urgenze	Gestione urgenze comunicative (eventi/comunicazioni Comune)	n. interventi	a chiamata	variabile tracciata	presa in carico con priorità

3 Volumi di relazione territoriale e stakeholder engagement

L'Agenzia prevede una componente continuativa di relazione con il territorio, comprendente:

- incontri periodici con operatori economici;
- contatti con associazioni e soggetti culturali;
- presidio redazionale itinerante;
- raccolta di spunti/segnali;
- coordinamento redazione allargata.

10

TABELLA DI SINTESI Volumi di relazione territoriale e stakeholder engagement

Macroarea	Attività	Unità	Frequenza proposta	Quantità annua indicativa	Valore operativo
Stakeholder engagement	Incontri / contatti periodici con operatori economici, associazioni, soggetti culturali	n.	4-6/mese	48-72/anno	Alimentazione contenuti e campagne
Presidio territoriale	Presidio redazionale itinerante / sopralluoghi	n. uscite	2-4/mese	24-48/anno	Raccolta segnali/storie/materiali
Redazione allargata	Coordinamento contributor/collaboratori	n. coordinamenti	1-2/mese	12-24/anno	Arricchimento ecosistema contenuti
Filiera contenuti	Selezione e trasformazione segnali in contenuti/campagne	n. lavorazioni	continuativa	tracciata in report mensile	Dimostra lavoro organizzativo non visibile

4 Volumi connessi a eventi principali

Il preventivo richiama la copertura di campagne e contenuti social per **6 eventi principali organizzati dal Comune**. La riformulazione evidenzia che, per ciascun evento, il volume operativo comprende:

- attività pre-evento,
- eventuale presidio onsite,
- produzione foto/video,
- contenuti durante evento,
- contenuti post-evento e recap,
- coordinamento con organizzatori e Committenza.

Piano dei servizi offerti

Per migliorare la leggibilità dell'offerta e il collegamento con il quadro economico, i servizi vengono organizzati nelle seguenti famiglie di prestazione:

1. Servizi di regia e coordinamento

- coordinamento generale;
- governance della commessa;
- pianificazione editoriale integrata;
- raccordo con la Committenza.

2. Servizi redazionali e di produzione contenuti

- redazione contenuti;
- articoli/reportage;
- comunicati stampa;
- newsletter (se prevista).

3. Servizi di produzione social, foto e video

- contenuti social brevi;
- reel e video;
- shooting fotografici/video;
- postproduzione e adattamenti.

4. Servizi di gestione canali e community

- pubblicazione;
- moderazione;
- gestione messaggi/commenti;
- supporto urgenze comunicative.

5. Servizi di relazione e stakeholder engagement

- relazioni e prossimità;
- presidio redazionale itinerante;
- coordinamento rete collaboratori;
- raccolta segnali/storie/opportunità.

6. Servizi di supporto a eventi e campagne

- creatività e copy;
- contenuti per campagne;
- supporto al cartellone eventi;
- copertura pre/durante/post.

7. Servizi di monitoraggio e reportistica

- report mensile attività;
- report periodico KPI;
- lettura dati e proposte di miglioramento.

Livelli di servizio (SLA) e standard operativi

1 Presidio canali e community management

- fascia oraria di presidio: da concordare con la Committenza, in relazione all'organizzazione del servizio presso IAT-R;
- moderazione/gestione messaggi e commenti: da lunedì a venerdì entro 24h;
- coordinamento delle urgenze legate a eventi o comunicazioni dell'Amministrazione.

ADVE "CAMPAGNE PROMOZIONALI"

Le attività di gestione creativa 'campagna' includono:

- Creatività visual e copy
- Declinazione visual per strumenti online e offline
- Declinazione produzione artwork social e web
- Sponsorizzate

12

REPORTISTICA, DATI E VERIFICA DELLE PRESTAZIONI

Sulla falsa riga di quanto svolto sul servizio IAT, la reportistica che sarà consegnata alla committenza, prevede una report mensile con un elenco sintetico delle attività svolte; mentre trimestralmente saranno restituiti i seguenti dati e obiettivi misurabili:

- Reach (copertura)
- Engagement
- Traffico
- Conversioni/CTO
- Insight e coperture



QUADRO ECONOMICO

Saranno di seguito dettagliati i costi per la realizzazione del progetto in oggetto su base annua e sarà indicato il corrispettivo a canone fisso mensile, così da poter agevolare la committenza nel calcolo complessivo del periodo di riferimento: **1° marzo 2026/all'avvio del servizio – 31 agosto 2027 (tot. 18 mesi).**

DESCRIZIONE	IMPONIBILE
REFERENTE DI PROGETTO: governance organizzativa / regia editoriale / supervisione qualità	10.000,00 €
COORDINATORE DI PROGETTO FULL TIME 40H/SETT: - Coordinamento operativo e pianificazione redazionale della redazione multicanale (canali digitali e tradizionali) allo scopo di organizzare il lavoro e di costruire un'identità in progress dell'Agenzia - Pianificazione attività e flussi di lavoro e calendario delle uscite - Organizzazione e contribuzione alla produzione di video e fotografiche collaborando anche con la produzione esterna - Organizzazione e contribuzione alla copertura serale e festiva delle attività - Monitoraggio andamento delle attività e rispetto delle scadenze - Produzione report di monitoraggio (metriche pagine web, account social, canali digitali) - Gestione dei comitati di redazione - Gestione dei rapporti con gli stakeholder - Gestione rapporti con l'HUB in particolare con la Cabina di Regia - Gestione dei rapporti con il Comune - Gestione rete di collaboratori e produzione esterna - Raccolta segnali-storie-opportunità	46.650,00 €
PRODUZIONE/POSTPRODUZIONE: Reel, Stories, Post, Caroselli, Infografiche, newsletter, articoli, reportage, comunicati stampa, longform (podcast / format-video)	35.350,00 €
PRODUZIONE CAMPAGNE (CANALI DIGITALI E TRADIZIONALI): Creatività, Progettazione grafica, Esecutivi, impianti, declinazione grafiche (incluse segnaletiche e reportistiche)	28.000,00 €
TOTALE IMPONIBILE ANNO	120.000,00 €
IVA 22%	26.400,00 €
TOTALE IVA INCLUSA	146.400,00 €
CANONE MENSILE IVA INCLUSA	12.200,00 €

13

*** Costi per fotografi e videomaker inclusi**





CONDIZIONI:

- Organizzazione dei servizi a seguito di riconsegna del presente progetto/preventivo timbrato e firmato per accettazione, insieme all'estensione del contratto di affidamento, CIG, Impegno di spesa e/o determina di riferimento;
- Modalità fatturazione: a corpo – mensile;
- Modalità di pagamento: bonifico bancario 30 gg. D.F.F.M.;
- Per servizi diversi da quelli sopra descritti, sarà predisposto preventivo ad hoc, previa richiesta da parte della Committenza.

A disposizione per qualsiasi chiarimento e in attesa di gentile riscontro ai fini organizzativi.

Cordiali saluti

p. AR/S Archeosistemi Soc. Coop.

Il Presidente e Legale Rappresentante

Dott. IVAN CHIESI

(f.to digitalmente)