



SAGAT

Società Azionaria Gestione Aeroporto Torino

AVVISO

**PROCEDURA PER L’AFFIDAMENTO DI SERVIZI RELATIVI AL
PROGETTO DI IDEAZIONE, SVILUPPO E REALIZZAZIONE DEL
PIANO DI COMUNICAZIONE INTEGRATA**

CIG. N. 5810863BD5

1. **Ente aggiudicatore**

SAGAT Spa - Società Azionaria Gestione Aeroporto Torino - strada San Maurizio 12, 10072 Caselle Torinese, Tel. 011/5676245 – Telefax 011/5676420.

2. **Informazioni sulla SAGAT e sull’Aeroporto di Torino**

2.1 *Mission aziendale*

La SAGAT ha il compito di amministrare e gestire l’Aeroporto di Torino coordinando e controllando le attività dei vari operatori privati presenti nell’aeroporto.

In particolare, SAGAT provvede:

- allo sviluppo commerciale dell’Aeroporto tramite la messa in atto di azioni mirate alla crescita del traffico aereo (passeggeri e movimenti) e alla soddisfazione dei bisogni del mercato di riferimento con la messa a disposizione di servizi al passeggero;
- alla progettazione, realizzazione e manutenzione delle infrastrutture legate al traffico aereo (ad esempio: pista e piazzali) e delle infrastrutture e degli immobili utilizzati dai passeggeri e dagli operatori (aerostazioni con relative aree commerciali, parcheggi, uffici e impianti);
- alla gestione delle infrastrutture centralizzate (tra le altre, pontili di imbarco e sbarco, impianti di smistamento bagagli, sistemi informatici di scalo e di informazione al pubblico);

- alle ulteriori attività svolte in area aeroportuale che vengono affidate a soggetti economici diversi (tra gli altri, ai gestori di ristoranti, bar, negozi e autonoleggi, ecc)

2.2 Obiettivi di sviluppo

Nel corso del 2013, l'assetto azionario di SAGAT è profondamente mutato: il Fondo di investimenti F2i, il più importante fondo privato di investimenti nel settore delle infrastrutture e *public utilities* è divenuto azionista di maggioranza.

A partire dallo scorso autunno è stato avviato un nuovo piano di sviluppo, attraverso il quale sono stati già raggiunti importanti risultati che andranno ad incidere sul traffico aeroportuale del 2014 (l'Aeroporto di Torino ha servito oltre 3.160.000 passeggeri nel 2013). Nei mesi da gennaio a maggio 2014 si registra un aumento del 7% del traffico passeggeri, rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

Le nostre prospettive di sviluppo si muovono attraverso più direzioni:

- aumentare i collegamenti aerei e il numero dei vettori con il fine di ampliare e migliorare l'offerta alla clientela contribuendo anche alla mobilità e allo sviluppo turistico del Piemonte;
- diversificare le attività e le fonti di ricavo, incrementando le entrate non aeronautiche per sostenere un'offerta concorrenziale, a supporto del più generale sviluppo aeroportuale;
- promuovere il miglioramento continuo della competitività dello scalo, sviluppando sia i servizi rivolti all'utenza *business* che a quella *leisure*;
- prestare particolare attenzione ai temi ambientali per garantire uno sviluppo aeroportuale secondo un modello sostenibile e nel pieno equilibrio tra potenziamento del servizio e tutela del territorio.

2.3 L'Aeroporto di Torino ed il suo territorio di riferimento

L'Aeroporto di Torino dispone di un complesso aeroportuale all'avanguardia in grado di fornire servizi sempre migliori ai propri utenti. Ben collegato con i maggiori *hub* europei, è facilmente raggiungibile da ogni parte del mondo tramite uno scalo intermedio.

Agevolmente accessibile, l'Aeroporto di Torino può servire un traffico di oltre cinque milioni di passeggeri annui garantendo comfort e sicurezza di altissimo livello. E' l'Aeroporto del Piemonte, al servizio di un territorio fra i più importanti d'Europa per popolazione, risorse e valore aggiunto. A Torino e in Piemonte hanno sede aziende italiane ed estere conosciute nel mondo. La Città e il suo territorio, noti per l'industria automobilistica, hanno diversificato la propria struttura economica, orientandosi verso i settori legati ai servizi, alla ricerca e all'innovazione. Anche il turismo ha beneficiato di questa trasformazione diventando un'attività strategica per lo sviluppo e la conoscenza del territorio.

L'Aeroporto di Torino offre ogni settimana oltre 400 voli in partenza effettuati da 20 compagnie aeree di linea (fra cui Alitalia, Air France KLM, British Airways, Lufthansa, Turkish Airlines), collega 15 nazioni con un traffico di oltre 400 voli di linea settimanali con, fra le prime dieci destinazioni: Roma, Catania, Londra, Napoli, Francoforte e Parigi. Molto rilevante è il collegamento con numerosi *hub*, che rendono Torino collegata con tutto il mondo attraverso ottime coincidenze: Roma (con Alitalia), Parigi (con Air France), Amsterdam (con KLM), Bruxelles (con Brussels Airlines), Madrid (con Iberia), Londra Gatwick (con British Airways), Monaco e Francoforte (con Lufthansa), Istanbul (con Turkish Airlines, Casablanca (con Royal Air Maroc) e Zurigo (con Etihad Regional). Completano il network le principali compagnie aeree *charter* e *tour operator* che portano in Piemonte e in Valle d'Aosta il turismo della neve e che offrono servizi per raggiungere numerose località di vacanza in Europa, Mediterraneo e Vicino Oriente.

3. La Comunicazione di SAGAT

Sul versante della comunicazione l'attività di SAGAT si concretizza:

- nello sviluppo e nella realizzazione di azioni e strumenti informativi e di promozione dei servizi aeroportuali e della rete dei collegamenti, rivolti sia al cliente finale (passeggero) sia agli operatori professionali (compagnie aeree, tour operator, agenti di viaggio, aziende, subconcessionari);
- nello sviluppo di azioni di *co-marketing* con le compagnie aeree per sostenere il traffico passeggeri (campagne pubblicitarie e organizzazione di eventi di promozione);
- nell'attività di *media relations* con la stampa nazionale e internazionale, generalista e di settore.

SAGAT ha ora l'esigenza di:

- (i) **definire nettamente il marchio SAGAT** come marchio della società di gestione aeroportuale e **istituire il brand Aeroporto di Torino** che dovrà essere rappresentativo delle peculiarità e di tutti gli elementi che compongono il volto dell'infrastruttura aeroportuale e del suo radicamento sul territorio, anche attraverso la realizzazione di composite logo, in cui "SAGAT" e "Aeroporto di Torino" possono all'occorrenza essere abbinati secondo una modalità fissa.

Il logo è un elemento molto rilevante della strategia di SAGAT, perché deve permettere di comunicare chi siamo, cosa facciamo e cosa ci distingue dai *competitors*.

- (ii) **elaborare un piano di comunicazione strategico** a supporto del brand "Aeroporto di Torino", che ne valorizzi l'identità facendolo diventare un vero e proprio soggetto di attrazione di flussi di utilizzatori dell'aeroporto, mettendo in rilievo l'offerta multiprodotto (porta d'ingresso a Torino e al Piemonte, punto di partenza per mete *business* e *leisure*, centro commerciale, *parking*). Il brand dell'Aeroporto dovrà essere pensato come un vero e proprio prodotto, una marca, il centro per una strategia di comunicazione ad ampio spettro. Il progetto d'identità dovrà diventare anche un "sigillo di qualità", per le molteplici azioni che potranno nel corso del tempo essere sviluppate.

I MERCATI

Il mercato di riferimento si può suddividere in due macro aree:

- per l'*outgoing*: *Catchment area* (Piemonte, Valle d'Aosta, Liguria)
- per l'*incoming*: Centro Sud Italia, Germania, Francia, Benelux, UK, Irlanda, Spagna, Russia, Svizzera, Turchia, e tutti i Paesi con i quali l'Aeroporto di Torino vuole collegarsi

IL TARGET

Il *target* di riferimento nazionale e internazionale è costituito dagli abitanti di Torino e del Piemonte, da viaggiatori e potenziali turisti, ma anche attori economici, investitori, *opinion leader*, *media* e tutti gli altri soggetti che si relazionano a vario titolo con l'aeroporto per eventualmente sceglierlo come luogo di partenza/arrivo di viaggio (*leisure*, *business*, etnico), come luogo di *business* o di *shopping*.

Nel dettaglio si possono distinguere:

- Compagnie aeree (già operanti e da attrarre)
- *Tour operator* (già operanti e da attrarre)
- Agenti di viaggio
- Subconcessionari (già operanti e da attrarre)
- Viaggiatori (già clienti e da attrarre)

A questo *target* primario si aggiunge il *target* degli azionisti privati e pubblici; degli enti pubblici (Città di Torino e comuni limitrofi alla scalo, Provincia di Torino, Regione Piemonte, Regione Valle d'Aosta, Camere di Commercio e ATL del Piemonte e della Valle d'Aosta); degli Enti di Stato presenti all'interno della struttura aeroportuale e della loro rappresentanza a livello centrale; della governance nazionale.

LINEE GUIDA

Il *brand* e tutti gli strumenti/azioni che ne deriveranno dovranno caratterizzare le peculiarità dell'Aeroporto di Torino affinché sia immediatamente connotata la sua identità e il suo ambito territoriale.

Il nuovo *brand* dovrà essere coerente con la comunicazione e gli investimenti in termini di immagine, sviluppati in questi anni anche dagli enti preposti alla promozione del territorio. attraverso le campagne di comunicazione nazionali ed internazionali.

4. I servizi richiesti

Oggetto della presente procedura è l'affidamento di servizi relativi al progetto di ideazione, sviluppo e realizzazione del piano di comunicazione integrata di SAGAT composto da:

- (i) Realizzazione del *composite* logo SAGAT/Aeroporto di Torino, con eventuale *restyling* del marchio attuale
- (ii) Studio e posizionamento del *brand* Aeroporto di Torino
 - definizione del *pay-off*, sintesi della promessa dell'infrastruttura declinato in italiano e in inglese
 - immagine guida integrata
 - campagna di lancio della nuova comunicazione integrata (comprensiva di proposta di budget per la sua realizzazione)
- (iii) Normativa di utilizzo dei loghi
- (iv) Ideazione e sviluppo del *format* grafico di comunicazione che renda immediatamente riconoscibile tutti i vari messaggi di comunicazione incentrati sui diversi argomenti, ma declinabile su tutti i mezzi di comunicazione (*adv, btl, web, social, video*) e che sappia mettere in pratica la politica commerciale e la politica di marketing territoriale adottata da SAGAT, finalizzato su:

A. strumenti di comunicazione *below the line*:

- *Brochure* istituzionale
- *Brochure* commerciale
- *Slide show* di Presentazione aziendale
- Carta dei servizi
- *Dépliant*
- Cartoline
- Manifesto
- Bilancio
- Bilancio sociale
- Orario tascabile (2 edizioni l'anno e 2 aggiornamenti delle stesse)
- *Folder* per Cartella stampa
- Modulistica (carta intestata, buste, biglietti da visita, cartoncini)

Per tutti gli strumenti sopra elencati timone, immagini, testi e relative traduzioni da editare saranno forniti da SAGAT.

Per gli strumenti sopraelencati è richiesta la realizzazione di tutti i *file* grafici nelle due versioni (italiano e inglese) fino alla fase esecutiva.

B. Strumenti di comunicazione *above the line*:

- Campagne pubblicitarie

- *corporate*: aeroporto con tutti i suoi servizi e il suo *network*. *Target: catchment area*
- di prodotto (fino a 8 campagne/anno): parcheggi, *fast track*, volatorinopass, Aeroporto di Torino come *gateway* delle Alpi italiane, ecc.
- gabbia grafica per campagne congiunte con vettori, che fornisce una struttura grafica fissa e riconoscibile dell'Aeroporto dentro la quale viene inserito l'annuncio del vettore

Le diverse campagne si potranno sviluppare sui diversi mezzi: stampa, radio, *web*, affissioni, dinamica, oppure esclusivamente *below the line* (*flyer*, *dépliant*, ecc).

Per gli strumenti sopraelencati è richiesta la realizzazione di tutti i *file* grafici (compresi adattamenti) fino alla fase esecutiva.

- Video istituzionale:

- *corporate*, durata 1'30'' circa
 - *corporate* + destinazione, (Torino, Langhe, montagne olimpiche, Valle d'Aosta, *food*, *design*, imprese, eccellenze in genere ecc) durata 3' circa
- Sarà necessario realizzare riprese dell'aeroporto, mentre le immagini del territorio saranno fornite da SAGAT.

C. Sistema di segnaletica e *airport dressing*

Elaborazione di una proposta di un sistema di identità visiva applicabile anche alla segnaletica esterna e interna all'aerostazione, per la quale è richiesto progetto di rinnovo e ricollocazione dei supporti di segnaletica interna dell'aerostazione, dell'aviazione generale, del parcheggio multipiano e della segnaletica esterna, tenuto conto dei vincoli imposti dalle ordinanze dell'ENAC in materia di viabilità e degli altri vincoli normativi esistenti, con realizzazione di tutti i *file* grafici fino alla fase esecutiva.

D. *Web*

Restyling del sito aeroportoditorino.it e realizzazione di nuove presenze *web* che si rendono indispensabili per veicolare con maggiore efficacia sia le informazioni di utilità pubblica sia le informazioni di carattere commerciale. L'azione di miglioramento della presenza *web* SAGAT passa attraverso quattro *step* operativi:

- *restyling* del sito aeroportoditorino.it;
- fornitura di infrastrutture integrate al sito per l'idonea gestione dei processi di DEM;
- organizzazione *concept* per azioni *digital*;
- lancio attività *social*.

D.1 *Restyling* sito

L'attuale sito aeroportoditorino.it è la fonte primaria di accesso alle informazioni aeroportuali sia per differenti *target* di passeggeri (occasional, *frequent flyer*,

meeters and greaters) sia per differenti attori sociali (partner commerciali, enti del territorio, *media*, azionisti, aziende *prospect*).

L'impostazione attuale non deve essere stravolta. La tripartizione in tre aree (Passeggeri&Accompagnatori, Business&Partners, Azienda) deve essere mantenuta ma ponderando maggiormente il "peso" visivo tenendo conto delle visualizzazioni che sono attualmente concentrate sull'area Passeggeri&Accompagnatori e distinguendo nettamente tra Aeroporto e società di gestione (azienda SAGAT S.p.A.)

Il sito, dal punto di vista del contenuto, deve essere inoltre meno enciclopedico e maggiormente adatto a fornire informazioni commerciali da spingere per il mercato di riferimento.

Dal punto di vista operativo la gestione del sito deve passare attraverso un CMS open source di controllo e alcuni processi di implementazione.

Nella tabella 1 in calce al presente avviso sono riassunti gli *step* operativi della fase di restyling.

E' richiesta una proposta comprensiva di tutti i servizi già attualmente attivi sul sito *web* (lista non esaustiva) ed è richiesta una proposta per l'ampliamento degli stessi:

- Arrivi/Partenze in tempo reale (attraverso dati in XML o Webservice già attivo);
- Sezione Meteo (via ARPA);
- Gestione *News* e *Breaking News*;
- Inserimento autonomo di *banner* in *homepage* e in qualunque sezione del sito (diversi formati);
- Gestione *banner* (diversi formati);
- Inserimento autonomo di *pop up* in *homepage* e in qualunque sezione del sito;
- Pubblicazione Mappe Aeroporto in 3D ed interattive;
- Pubblicazione Mappe operatori e loro dislocazione nell'area aeroportuale;
- Gestione *News* attività commerciali;
- Motore interno sito *Web*;
- Inserimento *Feed* RSS su sezioni di interesse;
- *Analytics* del sito (via Google Analytics);
- Sito *web recovery*;
- Sito di cortesia in caso di malfunzionamento del sito principale.

Sarà cura di SAGAT farsi carico dell'*hosting*; l'azienda che si occuperà del *restyling* e della co-gestione del sito sarà messa in condizione di operare sul CMS *open source* senza un'effettiva azione di tipo sistemico.

La proposta dovrà rispettare le seguenti specifiche tecniche (requisiti ottimali) e specificare i costi dei servizi ex post:

- Compatibilità
Compatibilità con tutti i *browser* conosciuti.
- Standard

Il sito *web* dovrà essere utilizzato con un linguaggio di *markup* e di *scripting* di tipo standard (secondo protocollo W3C). Rispettare la separazione fra contenuto e contenitore tramite CSS2.

- Assistenza
Dovrà essere fornita assistenza in *back office* h24 con il limite di max 24 ore per la risoluzione delle problematiche. La società metterà a disposizione una *hotline* sempre accessibile. L'assistenza si intenderà compresa nel corrispettivo di cui al successivo paragrafo 6 per 12 mesi dalla data di messa online del sito rinnovato.
- Servizi ex post
Dopo la messa online del sito si dovranno attivare e fornire alcuni servizi *ex post* come: attività SEO di mantenimento e indicizzazione parole chiave - assistenza e supporto tecnico.

D.2 Fornitura di infrastrutture integrate al sito per l'ideale gestione dei processi di *DEM*

Si richiede l'integrazione all'interno del CMS open source di una piattaforma agile e di facile utilizzo per l'invio di *newsletters*, attraverso *template* standard in linea con la nuova immagine dell'Aeroporto.

I *database* devono essere relazionali ed essere compatibili con il mondo Microsoft.

La nuova piattaforma deve integrare le liste già in possesso di SAGAT e prevedere forme di implementazione, analisi ed inserimento di facile concezione. Deve essere dato accesso alla reportistica per consultare l'analisi degli invii secondo parametri internazionali standard (tasso di ricezione, tasso di apertura ecc.) facilmente comparabili con gli indici di riferimento per settore.

Il *form* di iscrizione alla newsletter deve essere integrato nel sito web e nelle diverse presenze sociali.

La piattaforma, dopo un periodo di training ed affiancamento, deve essere utilizzata in autonomia totale da personale SAGAT.

Si veda tabella 2 in calce al presente avviso.

D.3 *Concept* per azioni *digital*

Rilevando che l'uso delle strumentazioni *social* è un *asset* strategico poiché questi strumenti sono diventati leve primarie di comunicazione (sia per informazioni di pubblica utilità, informative e commerciali), viene richiesta la definizione di un *concept* per l'avvio delle azioni *social* (attualmente assenti dalla comunicazione di SAGAT) e l'indicazione del *budget* dedicato alle singole azioni comunicative. Successivamente sarà richiesta la personalizzazione dell'azione in base alle esigenze contingenti, tenuto conto che gli spazi di comunicazione devono prevedere sia una struttura testuale sia una struttura *display*, al fine di adattarsi ad ogni singola esigenza informativa e commerciale.

Si precisa che le azioni *digital* potranno avere come soggetto azioni commerciali dirette di SAGAT ma anche azioni commerciali di aziende *partner* (es: vettori aerei).

Nella tabella 3 in calce al presente avviso sono riassunti gli *step* operativi relativi alle azioni *digital*.

D.4 Lancio attività *social*

E' richiesto il coordinamento della presenza dell'Aeroporto di Torino sulle principali "piattaforme sociali" di riferimento per il mercato di SAGAT.

Le tre piattaforme scelte sono Facebook, Twitter e Instagram. Sono richiesti piani editoriali *ad hoc*, completati da idee creative di supporto (contest, gestione delle immagini, contenuti).

Solamente in fase di *start-up* (2 mesi) si richiede anche il monitoraggio sia dei commenti ai contenuti sia un'analisi professionale dei diversi *insight* (al fine di un miglioramento continuo dei contenuti pubblicati).

Si veda tabella 4 in calce al presente avviso.

(v) Altre informazioni:

L'Affidatario dovrà consegnare progetti aperti a livelli di tutta la fornitura corredati di font per PC e/o MAC, affinché SAGAT possa intervenire sui file grafici per eventuale sviluppo di nuovi prodotti, aggiornamenti e declinazioni in lingua, in totale autonomia.

Il logo ed il *brand* (comprensivo di marchio, *pay off* e immagine integrata) saranno di proprietà di SAGAT che provvederà a registrarli c/o gli organismi competenti e avrà quindi facoltà di utilizzarli in tutte le comunicazioni promozionali sui differenti media (stampa, *internet*, *brochures*, etc).

All'Affidatario sarà altresì richiesto di fornire a SAGAT la piena accessibilità ai profili social che saranno attivati e la possibilità di gestire in totale autonomia il cms open source. Alla scadenza del contratto, ovvero, a discrezione di SAGAT, in qualunque momento antecedente, l'Affidatario perderà tutti i diritti di accesso al cms e ai profili *social*.

5. Durata e tempistiche

Il contratto avrà durata di 12 mesi dalla data della sua sottoscrizione.

Le attività di cui al precedente paragrafo 4 (ad eccezione delle attività sub iv. A e B) dovranno essere completate entro 6 mesi dalla data di sottoscrizione del contratto, nel rispetto di un cronoprogramma delle attività che le Parti predisporranno a seguito della firma del contratto, sulla base di quanto indicato nell'offerta tecnica in sede di gara.

Le attività di cui al precedente paragrafo 4 sub iv. A e B. saranno realizzate, nel corso dei 12 mesi di durata contrattuale secondo tempistiche di volta in volta indicate da SAGAT.

6. Importo a base di gara

L'importo a base di gara per tutte le attività di cui al precedente paragrafo 4 è pari ad € 100.000,00 (centomila/00), è da intendersi a corpo ed è comprensivo del costo annuale di eventuali licenze per il sito internet e altre piattaforme.

7. Opzione

LA SAGAT si riserva il diritto di opzione, per il periodo di 36 mesi dalla data di sottoscrizione del contratto, per l'affidamento di ulteriori servizi sulla base delle quotazioni per servizi aggiuntivi presentate dall'offerente in sede di gara.

8. Requisiti minimi di partecipazione

8.1 Concorrenti ammessi

Sono ammessi a presentare offerta i soggetti concorrenti di cui all'art. 34 comma 1 D.Lgs 163/06, costituiti da imprese singole o imprese riunite o consorziate ovvero da imprese che intendano riunirsi o consorziarsi ai sensi dell'art. 37, c. 8 D.Lgs 163/06, nonché concorrenti con sede in altri stati membri dell'Unione Europea come previsto all'art. 47 del D.Lgs 163/06.

8.2 Requisiti di ordine generale

Insussistenza della cause di esclusione di cui all'art. 38 c.1 del D. Lgs 163/06. In particolare, sono esclusi dalla competizione i soggetti:

a) che si trovano in stato di fallimento, di liquidazione coatta, di concordato preventivo, salvo il caso di cui all'articolo 186-bis del regio decreto 16 marzo 1942, n. 267, o nei cui riguardi sia in corso un procedimento per la dichiarazione di una di tali situazioni;

b) nei cui confronti è pendente procedimento per l'applicazione di una delle misure di prevenzione di cui all'articolo 3 della legge 27 dicembre 1956, n. 1423 o di una delle cause ostative previste dall'articolo 10 della legge 31 maggio 1965, n. 575; l'esclusione e il divieto operano se la pendenza del procedimento riguarda il titolare o il direttore tecnico, se si tratta di impresa individuale; i soci o il direttore tecnico se si tratta di società in nome collettivo, i soci accomandatari o il direttore tecnico se si tratta di società in accomandita semplice, gli amministratori muniti di poteri di rappresentanza o il direttore tecnico o il socio unico persona fisica, ovvero il socio di maggioranza in caso di società con meno di quattro soci, se si tratta di altro tipo di società;

c) nei cui confronti è stata pronunciata sentenza di condanna passata in giudicato, o emesso decreto penale di condanna divenuto irrevocabile, oppure sentenza di applicazione della pena su richiesta, ai sensi dell'articolo 444 del codice di procedura penale, per reati gravi in danno dello Stato o della Comunità che incidono sulla moralità professionale; è comunque causa di esclusione la condanna, con sentenza passata in giudicato, per uno o più reati di partecipazione a un'organizzazione criminale, corruzione, frode, riciclaggio, quali definiti dagli atti comunitari citati all'articolo 45, paragrafo 1, direttiva Ce 2004/18; l'esclusione e il divieto operano se la sentenza o il decreto sono stati emessi nei confronti: del titolare o del direttore tecnico se si tratta di impresa individuale; dei soci o del direttore tecnico, se si tratta di società in nome collettivo; dei soci accomandatari o del direttore tecnico se si tratta di società in accomandita semplice; degli amministratori muniti di potere di rappresentanza o del direttore tecnico o del socio unico persona fisica, ovvero del socio di maggioranza in caso di società con meno di quattro soci, se si tratta di altro tipo di società o consorzio.

In ogni caso l'esclusione e il divieto operano anche nei confronti dei soggetti cessati dalla carica nell'anno antecedente la data di pubblicazione del bando di gara, qualora l'impresa non dimostri che vi sia stata completa ed effettiva dissociazione della condotta penalmente sanzionata; l'esclusione e il divieto in ogni caso non operano quando il reato è stato depenalizzato ovvero quando è intervenuta la riabilitazione ovvero quando il reato è stato dichiarato estinto dopo la condanna ovvero in caso di revoca della condanna medesima;

d) che hanno violato il divieto di intestazione fiduciaria posto all'articolo 17 della legge 19 marzo 1990, n. 55 l'esclusione ha durata di un anno decorrente dall'accertamento definitivo della violazione e va comunque disposta se la violazione non è stata rimossa;

e) che hanno commesso gravi infrazioni debitamente accertate alle norme in materia di sicurezza e a ogni altro obbligo derivante dai rapporti di lavoro, risultanti dai dati in possesso dell'Osservatorio;

f) che, secondo motivata valutazione della stazione appaltante, hanno commesso grave negligenza o malafede nell'esecuzione delle prestazioni affidate dalla stazione

appaltante che bandisce la gara; o che hanno commesso un errore grave nell'esercizio della loro attività professionale, accertato con qualsiasi mezzo di prova da parte della stazione appaltante;

g) che hanno commesso violazioni gravi, definitivamente accertate, rispetto agli obblighi relativi al pagamento delle imposte e tasse, secondo la legislazione italiana o quella dello Stato in cui sono stabiliti;

h) nei cui confronti, ai sensi del comma 1-ter, risulta l'iscrizione nel casellario informatico di cui all' articolo 7, comma 10 , per aver presentato falsa dichiarazione o falsa documentazione in merito a requisiti e condizioni rilevanti per la partecipazione a procedure di gara e per l'affidamento dei subappalti;

i) che hanno commesso violazioni gravi, definitivamente accertate, alle norme in materia di contributi previdenziali e assistenziali, secondo la legislazione italiana o dello Stato in cui sono stabiliti;

l) che non presentino la certificazione di cui all'articolo 17 della legge 12 marzo 1999, n. 68, salvo il disposto del comma 2;

m) nei cui confronti è stata applicata la sanzione interdittiva di cui all'articolo 9, comma 2, lettera c), del decreto legislativo dell'8 giugno 2001 n. 231 o altra sanzione che comporta il divieto di contrarre con la pubblica amministrazione compresi i provvedimenti interdittivi di cui all'articolo 36-bis, comma 1, del decreto-legge 4 luglio 2006, n. 223, convertito, con modificazioni, dalla legge 4 agosto 2006 n. 248;

m-bis) nei cui confronti, ai sensi dell'articolo 40, comma 9-quater, risulta l'iscrizione nel casellario informatico di cui all' articolo 7, comma 10 , per aver presentato falsa dichiarazione o falsa documentazione ai fini del rilascio dell'attestazione SOA;

m-ter) di cui alla precedente lettera b) che[, anche in assenza nei loro confronti di un procedimento per l'applicazione di una misura di prevenzione o di una causa ostativa ivi previste,] pur essendo stati vittime dei reati previsti e puniti dagli articoli 317 e 629 del codice penale aggravati ai sensi dell'articolo 7 del decreto-legge 13 maggio 1991, n. 152, convertito, con modificazioni, dalla legge 12 luglio 1991, n. 203, non risultino aver denunciato i fatti all'autorità giudiziaria, salvo che ricorrano i casi previsti dall'articolo 4, primo comma, della legge 24 novembre 1981, n. 689. La circostanza di cui al primo periodo deve emergere dagli indizi a base della richiesta di rinvio a giudizio formulata nei confronti dell'imputato nell'anno antecedente alla pubblicazione del bando e deve essere comunicata, unitamente alle generalità del soggetto che ha omesso la predetta denuncia, dal procuratore della Repubblica procedente all'Autorità di cui all'articolo 6, la quale cura la pubblicazione della comunicazione sul sito dell'Osservatorio;

m-quater) che si trovino, rispetto ad un altro partecipante alla medesima procedura di affidamento, in una situazione di controllo di cui all' articolo 2359 del codice civile o in una qualsiasi relazione, anche di fatto, se la situazione di controllo o la relazione comporti che le offerte sono imputabili ad un unico centro decisionale.

8.3 Requisiti tecnici

- a) aver maturato adeguata esperienza nell'ambito allargato della comunicazione e garantire, all'interno della propria organizzazione, la copertura almeno dei seguenti ambiti operativi/creativi: *graphic design, advertising, below the line, web, social strategic planning, digital pr*;
- b) aver svolto, nell'ultimo triennio, servizi aventi ad oggetto progetti di comunicazione integrata, declinati almeno nei seguenti canali: *advertising, below the line, web e social media*.

- c) disporre di un gruppo di lavoro, che sarà dedicato all'esecuzione dei servizi di cui al presente Avviso, composto come di seguito:
- responsabile unico del progetto di comunicazione integrata di SAGAT con almeno 10 anni di esperienza
 - *account senior* con almeno 10 anni di esperienza e con le opportune competenze professionali per garantire un'interlocuzione stabile con il committente e al fine di rendere più efficace il servizio richiesto:
 - Direttore creativo con almeno 5 anni di esperienza.

Per l'area *Web*:

- *Project Manager* con almeno 5 anni di esperienza;
- *Digital Director*
- *Designer* di interazione e *Web*
- *Web Developer*;
- *Copywriter*;
- *Social media manager*

In caso di concorrenti plurisoggettivi, i requisiti tecnici di cui sopra dovranno essere posseduti complessivamente dall'insieme della imprese raggruppate o consorziate, fermo restando che, in caso di raggruppamento, il ruolo di mandataria dovrà essere svolto dall'impresa a cui appartiene il Responsabile Unico del progetto

9. Termini e modalità di presentazione dell'offerta

9.1 Sopralluogo

Le imprese interessate a formulare un'offerta potranno richiedere di effettuare un sopralluogo presso l'Aeroporto di Torino Caselle. L'effettuazione del sopralluogo non è prevista a pena di esclusione.

Il sopralluogo sarà effettuato previo appuntamento da richiedere a mezzo fax al n. 011/5676401 o a mezzo *e-mail* all'indirizzo francesca.soncini@sagat.trn.it entro e non oltre il 14/07/2014 (per informazioni tel. n. 011/5676377, dalle 9:30 alle 12:30, dalle 14:30 alle 16:30). La richiesta dovrà indicare al massimo due nominativi per impresa con relativi dati anagrafici e di residenza e recare in allegato fotocopia di un documento di identità dei soggetti indicati.

Al termine del sopralluogo verrà consegnata al concorrente una certificazione di avvenuto sopralluogo.

9.2 Documentazione di gara

Ciascun soggetto interessato a partecipare alla gara avrà la possibilità di ritirare presso SAGAT un CD contenente, oltre alla documentazione di gara:

- logo
- pdf degli strumenti di comunicazione realizzati negli ultimi anni (comprese le campagne realizzate dai vettori con marchio SAGAT);
- presentazione aziendale;
- dettaglio di tutte le tipologie di supporti di segnaletica interna/esterna;
- mappe dell'attuale collocazione della segnaletica interna di Aerostazione, Aviazione Generale, Parcheggio Multipiano.

Ogni soggetto interessato a partecipare alla gara avrà diritto di ricevere gratuitamente una copia del CD. A tal fine gli interessati potranno inoltrare apposita richiesta di prenotazione a mezzo *e-mail* all'indirizzo approvvigionamenti@sagat.trn.it (tel. 011/5676245) con indicazione in oggetto della seguente dicitura "Richiesta CD – Gara Comunicazione Integrata". La comunicazione inoltrata dovrà altresì riportare:

- in caso di ritiro tramite incaricato:
nominativo dell'azienda, indirizzo e recapito telefonico, generalità dell'incaricato al ritiro, data e orario di ritiro (almeno due giorni lavorativi dopo la data di richiesta, salvo quanto previsto alla successiva lettera J) del presente Disciplinare);
- in caso di richiesta di spedizione:
nominativo dell'azienda, indirizzo, recapito telefonico e indirizzo e-mail, oltre il nominativo di un referente da indicare quale destinatario.

Le richieste per il ritiro e/o spedizione della documentazione di gara dovranno pervenire al suddetto recapito secondo le modalità sopra indicate nel rispetto del seguente calendario ed orari d'ufficio:

- invio richieste: entro il 09/07/2014;
- termine ultimo per il ritiro della documentazione: entro il 16/07/2014;
- orario per il ritiro: dalle 10:00 alle 12:00 e dalle 14:00 alle 16:00.

Al di fuori degli orari sopraindicati non verrà prestato il servizio di consegna della documentazione prenotata.

Alle comunicazioni inoltrate non verrà rinviata da parte della scrivente alcuna risposta di conferma: la SAGAT declina sin d'ora qualsivoglia responsabilità per qualsiasi disagio nell'invio e/o ricezione delle richieste CD a mezzo e-mail e/o dalla ritardata o mancata ricezione del plico spedito.

Non saranno considerate valide richieste di prenotazione della documentazione di gara al di fuori delle modalità e termini sopra descritti.

9.3 Termine di presentazione dell'offerta

Pena l'esclusione, l'offerta dovrà pervenire a mezzo posta o a mezzo consegna diretta **entro le ore 12.00 del giorno 23/07/2014** al seguente recapito:

SAGAT spa
Società Azionaria Gestione Aeroporto Torino
Segreteria Generale
Strada San Maurizio, 12
10072 Caselle Torinese (TO)

Oltre tale termine non sarà ritenuta valida alcuna altra offerta anche se sostitutiva o aggiuntiva rispetto ad offerta precedente.

Il recapito del plico rimane ad esclusivo rischio del mittente.

Non fa fede la data del timbro postale.

Si precisa che in caso di consegna diretta o mediante corriere, la persona che effettuerà la consegna sarà tenuta a sottoscrivere una apposita dichiarazione attestante la data e l'ora della consegna stessa. In caso di rifiuto gli incaricati della SAGAT non procederanno al ritiro del plico e l'offerta sarà irricevibile.

9.4 Modalità di compilazione e presentazione dell'offerta

L'offerta dovrà essere redatta in lingua italiana.

Le dichiarazioni, i documenti e le certificazioni, eventualmente redatti in lingua straniera e inseriti nella busta n. 1 di seguito specificata, dovranno essere accompagnati da apposita traduzione resa secondo quanto disposto dall'art. 3 D.P.R. 445/2000.

L'offerta dovrà essere presentata in un plico chiuso e sigillato sui lembi di chiusura nonché controfirmato sugli stessi recante all'esterno, oltre al nominativo, recapito, numero di telefono, fax e indirizzo e-mail dell'impresa, la dicitura:

“GARA COMUNICAZIONE INTEGRATA”

Detto plico dovrà, a pena di esclusione, contenere 3 buste opache, che dovranno essere sigillate sui lembi di chiusura e controfirmate sugli stessi.

Sul frontespizio di ciascuna busta dovrà, inoltre, essere chiaramente indicato il numero d'ordine che la contraddistingue ed il relativo contenuto e precisamente:

- busta n. 1: documentazione
- busta n. 2: offerta tecnica
- busta n. 3: offerta economica.

Le tre buste dovranno contenere quanto indicato in dettaglio qui di seguito.

BUSTA N.1 - documentazione

Dovrà contenere:

- a) **Istanza di partecipazione e dichiarazione di possesso dei requisiti di partecipazione** redatta sulla base del fac simile allegato 1. La suddetta Istanza-Dichiarazione dovrà essere compilata e sottoscritta dal titolare o dal legale rappresentante dell'impresa offerente e recare in allegato i documenti indicati ai punti seguenti.
In caso di concorrenti plurisoggettivi da costituirsi, la suddetta istanza/dichiarazione dovrà essere resa e compilata dai legali rappresentanti di ciascuna impresa facente parte del raggruppamento o consorzio.
- b) **copia dei documenti di identità** di tutti i soggetti firmatari l'Istanza-Dichiarazione;
- c) **presentazione aziendale** comprensiva dell'indicazione dei principali clienti e dell'illustrazione dei servizi realizzati negli ultimi anni a comprova del possesso dei requisiti di cui al precedente paragrafo 8.3 sub a) e b) del presente Avviso
- d) **copia dei curriculum vitae** dei soggetti facenti parte del gruppo di lavoro relativo all'esecuzione dei servizi di cui alla presente gara; dai curriculum di cui sopra deve evincersi che il gruppo di lavoro è composto in modo conforme a quanto indicato al precedente paragrafo 8.3 sub c) del presente Avviso;
- e) solo per le Associazioni Temporanee di Imprese già costituite, **mandato alla capogruppo** di cui all'art. 37 D.Lgs.163/06, secondo quanto previsto dalla vigente normativa;
- f) solo per le Associazioni Temporanee di Imprese non ancora costituite **dichiarazione** (redatta secondo il fac-simile Allegato 2 al presente Avviso), contenente l'impegno che in caso di aggiudicazione della gara, le imprese conferiranno mandato collettivo speciale con rappresentanza ad una di esse, qualificata come capogruppo, la quale stipulerà il contratto in nome e per conto proprio e delle mandanti nonché l'impegno a conformarsi alla disciplina di cui all'art. 37 c.8 del D.lgs 163/06;

SAGAT applica l'art. 46 del D. Lgs. 12 aprile 2006 n. 163.

BUSTA N. 2 – OFFERTA TECNICA

La busta n. 2 dovrà contenere l'offerta tecnica, articolata nelle sei sezioni di seguito elencate:

- 1)
 - n.1 foglio di carta bianca in formato A3, riportante la proposta di realizzazione del composite logo SAGAT/Aeroporto di Torino, con eventuale *restyling* del marchio attuale - disposto in verticale o orizzontale, montato su tavola rigida di colore nero di dimensioni tali da creare attorno al foglio un bordo di circa 1,5 cm.
 - n.1 foglio di carta bianca in formato A4 che conterrà, centrato nella pagina, il *composite* logo stampato a colori e, in basso, la versione ridotta in bianco e nero.
 - n.1 foglio di carta bianca in formato A4 o A3 con il composite logo in diverse dimensioni, sia a colori che in bianco e nero, nelle seguenti dimensioni:
cm 2 x 2 circa,
cm 4 x 4 circa,
cm 6 x 6 circa.
- 2)
 - Max 3 fogli di carta bianca in formato A3, riportanti la proposta del *brand* Aeroporto di Torino con eventuale *payoff* e soluzioni di immagine coordinata e proposta di max 5 pagine della campagna di lancio della nuova comunicazione integrata dell'Aeroporto (comprensiva di proposta di *budget* per la sua realizzazione)
- 3)
 - elaborato razionale creativo: relazione tecnico-descrittiva di massimo dieci pagine della proposta di cui al punto 1 e 2 con indicate le caratteristiche e le motivazioni/logiche/intenti comunicativi che hanno portato alla creazione di quelle particolari proposte, con:
 - l'esplicitazione delle potenzialità dell'applicazione del *brand* Aeroporto di Torino, del *pay off* e dell'immagine guida su supporti diversi, brochure, carta intestata, prodotti editoriali, *website*, *social media*, *merchandising*, e della relazione delle caratteristiche del *brand* in ordine a tali applicazioni.
 - l'esplicitazione delle potenzialità di utilizzo del sistema di identità visiva per la segnaletica aeroportuale
 - l'esplicitazione del piano di lancio della nuova immagine dell'Aeroporto, con relativa proposta di piano mezzi e proposta di *budget* relativa
- 4)
 - proposta di applicazione su:
 - *brochure* istituzionale (*cover* e doppia pagina interna)
 - *slide-show* di presentazione aziendale (*cover* e gabbia grafica interna)
 - pagina pubblicitaria della campagna corporate
 - pagina pubblicitaria della campagna congiunta con i vettori
 - supporti di segnaletica aeroportuale
- 5)
 - proposta di applicazione su *homepage* del sito *internet* e sottosezione "passeggeri e accompagnatori" con relazione di massimo dieci pagine sull'usabilità del CMS e della piattaforma DEM
- 6)
 - proposta di applicazione su profili *social* con relazione di massimo dieci pagine sulla strategia *social* che si intende perseguire.

Si precisa che l'offerta tecnica dovrà contenere, per ciascuna delle sei sezioni di cui sopra, un'unica proposta creativa.

Si precisa inoltre che l'offerta tecnica nel suo complesso potrà essere presentata con qualunque tecnica di rappresentazione (grafica, *maquette*, multimediale, digitale, etc.) ma che, in ogni caso, essa dovrà essere presentata anche su supporto cartaceo. L'assenza, all'interno della busta n.2 di anche solo una delle sei sezioni dell'offerta tecnica, determinerà l'esclusione dell'offerta.

BUSTA N. 3 – OFFERTA ECONOMICA

La busta n. 3 dovrà contenere l'offerta economica espressa mediante l'integrale compilazione della schema di offerta allegato n. 3 al presente avviso.

Lo schema di offerta dovrà essere sottoscritto:

- dal titolare o dal legale rappresentante dell'impresa
- in caso di raggruppamento temporaneo o consorzio non ancora costituiti nelle forme di legge, dai legali rappresentanti di tutte le imprese costituenti il raggruppamento o il consorzio:
- in caso di una associazione temporanea di imprese, o consorzio già costituiti nelle forme di legge dal solo legale rappresentante della capogruppo o del consorzio.

10. Criteria di Aggiudicazione – Valutazione delle offerte

I servizi saranno aggiudicati secondo il criterio dell'offerta economicamente più vantaggiosa sulla base dei pesi ponderali di seguito indicati:

OFFERTA TECNICA		80 PUNTI
di cui	REALIZZAZIONE DEL COMPOSITE LOGO SAGAT/AEROPORTO DI TORINO, CON EVENTUALE RESTYLING DEL MARCHIO ATTUALE	15
	STUDIO E POSIZIONAMENTO DEL BRAND AEROPORTO DI TORINO CON DEFINIZIONE DEL PAYOFF E IMMAGINE GUIDA INTEGRATA	15
	STUDIO DELLA CAMPAGNA DI LANCIO DELLA NUOVA IMMAGINE	5
	SISTEMA COORDINATO DI IDENTITÀ VISIVA COMPRENDE LE PROPOSTE DI APPLICAZIONE SU: BROCHURE ISTITUZIONALE, SLIDE SHOW, CAMPAGNA CORPORATE, CAMPAGNA CONGIUNTA CON VETTORI, SEGNALETICA AEROPORTUALE	20
	RESTYLING DEL SITO SAGAT E MOCK UP GRAFICO; USABILITÀ DEL CMS E DELLA PIATTAFORMA DEM	20
	PROPOSTA DELLA STRATEGIA SOCIAL	5
OFFERTA ECONOMICA		20 PUNTI
di cui	IMPORTO A CORPO PER SERVIZI DI CUI AL PUNTO 4 DEL BANDO	10
	IMPORTI PER SERVIZI OPZIONALI	10
Totale		100 PUNTI

L'aggiudicazione avverrà all'impresa che avrà ottenuto il punteggio complessivo più alto tenuto conto dell'offerta tecnica e dell'offerta economica presentata.

Alla valutazione delle offerte tecniche ed all'attribuzione dei relativi punteggi procederà una Commissione giudicatrice, appositamente nominata in data successiva al termine di presentazione delle offerte.

Più in particolare la Commissione Giudicatrice procederà discrezionalmente all'attribuzione dei punteggi assegnando a ciascuna offerta, per ogni sottocriterio dell'offerta tecnica, un coefficiente compreso tra 0 e 1 (nello specifico attribuirà il coefficiente 1 alla migliore offerta per lo specifico sottocriterio ed in modo proporzionale i coefficienti delle altre offerte). I

coefficienti così attribuiti saranno poi moltiplicati per il punteggio massimo attribuibile ad ogni sottocriterio e i prodotti, per ogni offerta, saranno sommati, determinando così il punteggio tecnico complessivo della singola offerta.

Con riferimento ai punteggi relativi all'offerta economica si precisa che essi saranno attribuiti mediante applicazione delle seguenti formule:

- **importo a corpo per servizi di cui al paragrafo 4 dell'avviso**

$$\text{Punteggio importo a corpo} = \frac{\text{RIaC(i)} * 10}{\text{RIaC(alto)}}$$

dove

RIaC(basso) = ribasso sull'importo a corpo più alto offerto tra le diverse offerte

RIaC(i) = ribasso sull'importo a corpo dell'i-esima offerta

- **importo per servizi opzionali**

$$\text{Punteggio importo per servizi opzionali} = \frac{\text{ISO(basso)} * 10}{\text{ISO(i)}}$$

Dove

ISO(basso) = importo per i servizi opzionali più basso offerto tra le diverse offerte

ISO(i) = importo per i servizi opzionali dell'i-esima offerta

Si precisa che ai fini dell'attribuzione del punteggio per l'importo dei servizi opzionali, si terrà esclusivamente conto della voce IMPORTO TOTALE OFFERTO, di cui allo Schema di Offerta, allegato 3 al presente Avviso.

Si precisa che:

- le commissioni nel rispetto dei criteri di parità di trattamento e trasparenza, potranno richiedere ai concorrenti di chiarire o precisare il contenuto della documentazione in esame;
- ogni seduta di gara, salvo che nella fase di apertura delle buste delle offerte economiche, potrà comunque essere sospesa o aggiornata ad altra ora o giorno;
- si procederà in seduta pubblica alla verifica della documentazione contenuta nella busta A, alla verifica della completezza della documentazione da inserire nella busta B e all'apertura delle offerte economiche. La valutazione delle offerte tecniche avverrà in seduta riservata. La seduta pubblica per la verifica della documentazione contenuta nella busta A, alla verifica della completezza della documentazione da inserire nella busta B si terrà in data 24/07/2014 alle ore 10.00 presso la sede della SAGAT. La data e l'orario della seduta pubblica per l'apertura delle offerte economiche saranno comunicati alla conclusione dell'esame delle offerte tecniche da parte della Commissione Giudicatrice;
- non sono ammesse offerte in aumento, alla pari, indeterminate, condizionate, plurime.
- è facoltà della SAGAT procedere all'aggiudicazione anche in presenza di una sola offerta valida;
- la posizione di primo classificato all'interno della graduatoria stilata dalla Commissione di gara non costituisce aggiudicazione provvisoria;

- gli offerenti avranno la facoltà di svincolarsi dalla propria offerta trascorsi inutilmente 180 giorni dalla data di scadenza del termine di presentazione delle offerte, con comunicazione a mezzo raccomandata o fax;
- la SAGAT non assumerà verso il concorrente alcun obbligo prima che gli atti inerenti la gara siano stati approvati dagli organi competenti;
- la SAGAT si riserva la facoltà di non aggiudicare, non stipulare il contratto, revocare, annullare, sospendere, reindire la gara senza incorrere in responsabilità e/o azioni di richiesta danni nemmeno ai sensi degli artt. 1337 e 1338 del codice civile;
- le disposizioni del D. Lgs. 12 aprile 2006, n. 163 e del D.P.R. 5 ottobre 2010, n. 207 si applicano soltanto laddove espressamente richiamate dal presente avviso;

11. Condizioni di fornitura

Le condizioni contrattuali applicate sono riportate nel documento “Condizioni di fornitura” allegato 4 al presente avviso.

12. Trattamento dei dati

Si informa, ai sensi del D.Lgs. 196/2003, che i dati personali forniti dai partecipanti alla gara sono raccolti e pubblicati come previsto dalle norme in materia di appalti pubblici.

I concorrenti e l’aggiudicatario avranno facoltà di esercitare tutti i diritti di cui all’art. 7 del decreto legislativo citato.

Titolare del Trattamento: SAGAT s.p.a., strada San Maurizio, 12 Caselle Torinese (TO).

Responsabile del trattamento: Dott. Alberto Perini.

13. Ordine di prevalenza della documentazione di gara

Nel caso di discordanza tra le previsioni del presente avviso e quelle contenute nel documento “Condizioni di fornitura” (allegato 4) si accorderà prevalenza alle prime.

Caselle, 23 giugno 2014

L’Amministratore Delegato

Roberto Barbieri

Roberto Barbieri

PROT. 2014/1458

4
18
19

Tabella 1 SVILUPPO SITO E CMS DI CONTROLLO
Analisi dei requisiti, usability + <i>Wireframing</i>
Sviluppo esecutivi grafici e dei macro template XHTML+CSS
Integrazione Social Plug-in
Programmazione e configurazione infrastruttura lato server del sito
Ottimizzazione contenuti per messa online
Popolamento contenuti
Area riservata (utenti registrati; aziende)
Configurazione Form (suddivisi per tipologia: info generiche, commerciali, supporto, inoltre CV...)
Configurazione Blog
Sviluppo declinazione mobile
Debug
Test sviluppatori
Messa online
SOCIAL NETWORK
Configurazione social plugin
TOOLS
Dealer Locator
Tyres Locator
TRAINING Webmaster
Sessione di training in aula per formazione CMS
CONTENT MANAGEMENT (servizio ex post)
Manutenzione annuale, con supporto e risoluzione bug
SEO (servizio ex post)
Ottimizzazione SEO di contenuti testuali e visivi (oltre che keywords, description...)
ALTRO
Sito di staging (per prove di sviluppo in attesa di pubblicazione, forse gestite con ruoli e permessi)

Report Mensile performance sito Analytics con periodici suggerimenti/analisi



Tabella 2 DESCRIZIONE

Set up piattaforma

Gestione ed implementazione DB relazionale

Definizione Template Grafico

Personalizzazione campi dinamici

Adattamento su template esistente

Sviluppo e implementazione DEM/SMS

Invio e report

Tabella 3 MEDIA PLAN DIGITALI
definizione piano media
prenotazione spazi
FACEBOOK
Impostazione campagna PPC
Gestione sponsorizzazione pagina
Gestione post sponsorizzati
GOOGLE
Definizione keywords
Impostazione campagna PPC
Gestione annunci
Monitoraggio
TWITTER e INSTAGRAM
Implementazione
Gestione contenuti
Monitoraggio
DISPLAY
Creatività banner/annuncio
Sviluppo banner (html/flash/jpg)
Gestione concessionarie
DEM
acquisto liste profilate

Tabella 4 - SOCIAL NETWORK
Impostazione ed identità pagina istituzionale Facebook
Impostazione ed identità pagina istituzionale Twitter
Impostazione ed identità pagina istituzionale Instagram
CONTENT STRATEGY
Definizione contenuti
Piano editoriale
Editing contenuti
Mantenimento pagina social
TOOLS
Facebook App
Facebook Tab
MODERAZIONE
Moderazione commenti utenti
REPORT
Costante analisi performance attività
Competitor Benchmarking