



AUTORITÀ GARANTE
DELLA CONCORRENZA
E DEL MERCATO



DIREZIONE PER I RAPPORTI ISTITUZIONALI,
RELAZIONI ESTERNE, COMUNICAZIONE E STAMPA

CAPITOLATO TECNICO PER L’AFFIDAMENTO DEL SERVIZIO DI IDEAZIONE E REALIZZAZIONE DEI CONTENUTI SOCIAL E PER LA GESTIONE, CONSULENZA E FORMAZIONE PER L’UTILIZZO DELLE PIATTAFORME SOCIAL PER L’AUTORITA’ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO.

**AFFIDAMENTO DEL SERVIZIO DI
IDEAZIONE E REALIZZAZIONE DEI CONTENUTI SOCIAL E PER LA
GESTIONE, CONSULENZA E FORMAZIONE PER L’UTILIZZO DELLE
PIATTAFORME SOCIAL PER L’AUTORITA’ GARANTE DELLA
CONCORRENZA E DEL MERCATO**

- CAPITOLATO TECNICO -



AUTORITÀ GARANTE
DELLA CONCORRENZA
E DEL MERCATO



DIREZIONE PER I RAPPORTI ISTITUZIONALI,
RELAZIONI ESTERNE, COMUNICAZIONE E STAMPA

CAPITOLATO TECNICO PER L’AFFIDAMENTO DEL SERVIZIO DI IDEAZIONE E REALIZZAZIONE DEI CONTENUTI SOCIAL E PER LA GESTIONE, CONSULENZA E FORMAZIONE PER L’UTILIZZO DELLE PIATTAFORME SOCIAL PER L’AUTORITA’ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO.

INDICE

| | |
|--|---|
| ART. 1 – OGGETTO | 3 |
| ART. 2 – DURATA | 3 |
| ART. 3 - TIPOLOGIA E CONTENUTO DELLE PRESTAZIONI | 3 |
| ART. 4 – MODALITÀ E TERMINI DI ESECUZIONE DEL SERVIZIO | 4 |
| ART. 5 – RISORSE UMANE PER L’ESECUZIONE DEL CONTRATTO | 5 |

ART. 1 – OGGETTO

L’Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (per brevità, anche Autorità o AGCM) intende avvalersi di una società esterna per il servizio di ideazione e realizzazione dei contenuti social e per la gestione, consulenza e formazione per l’utilizzo delle piattaforme social, al fine di migliorare ulteriormente l’interazione tra l’Istituzione e la collettività intesa come insieme di cittadini/consumatori, imprese e stakeholder.

I canali social dell’Autorità sono in totale cinque:

- Facebook
- Instagram
- X
- LinkedIn
- Youtube

Considerato che la qualità del servizio in oggetto presenta un evidente impatto sull’immagine dell’Autorità, è di fondamentale importanza che le prestazioni siano svolte con assoluta professionalità e rigore, tramite impiego di personale di comprovata affidabilità ed esperienza.

ART. 2 - DURATA

La durata di tutte le attività è da considerarsi di 12 mesi, con facoltà per l’Autorità di attivare l’opzione di proroga fino a ulteriori 12 mesi.

ART. 3 - TIPOLOGIA E CONTENUTO DELLE PRESTAZIONI

L’attività in oggetto prevede:

- **Assistenza specialistica per utilizzo social**
Entro 60 giorni dall’aggiudicazione la Società aggiudicataria dovrà proporre un Progetto comprensivo di contenuti testuali e grafici e dell’analisi degli insight dei canali social dell’Autorità, per presentare in modo dettagliato gli obiettivi e le strategie dell’attività proposta.

Le attività dovranno includere:

- a) individuazione di strategie di comunicazione mirate, con gestione *advertising*. Nello specifico si richiede un massimo di n. 4 azioni di sponsorizzazioni annue per il canale Facebook, n. 4 sponsorizzazioni per il canale Instagram e n. 4 sponsorizzazioni per il canale LinkedIn con tempistiche da concordare.
- b) redazione di piani editoriali su base mensile (pubblicazione di *post, tweet, video, stories* ecc.) che dovranno contenere materiali grafici e testuali aventi ad argomento le materie di competenza dell’Autorità, con realizzazione dei relativi *visual* ed elaborazione dei *copy* di accompagnamento. I piani editoriali dovrebbero prevedere indicativamente due post/tweet a settimana, pubblicati su FB, X e LinkedIn, e un post + una story a settimana sul canale IG. Sono previsti un massimo di 20 caricamenti video

per Youtube e un massimo di 150 interventi per ciascun canale social. I piani editoriali devono essere consegnati alla DRIRE entro il 20 del mese precedente

c) ideazione e realizzazione dei contenuti testuali e grafici per promuovere i comunicati stampa (attraverso *stories*, post e tweet) e per aumentare la visibilità dei canali. La frequenza media prevista è di 5 *post/tweet/stories* al mese per ciascun canale social.

d) estrazione ed elaborazione dei dati di insight (andamento dei risultati, tipologia di pubblico, sentiment, visibilità ed efficacia dei post), sia in termini generici sia relativamente a singole campagne di comunicazione, con relativo report mensile.

○ **Attivazione servizi di web e social monitoring e crisis management.**

La società, su richiesta degli uffici preposti, dovrà intervenire in tempo reale per gestire eventuali situazioni di crisi che interessino l’immagine reputazionale e più in generale l’attività dell’Autorità, anche attivando tempestivamente piattaforme di monitoraggio e reportistica idonee all’acquisizione di contenuti web e social mediante keyword di contesto. Si prevede un massimo di n. 5 interventi annui, per un periodo di giorni di monitoraggio variabile (3gg, 7gg, 15gg) a seconda della tipologia di intervento, con documento di reportistica finale.

ART. 4 - MODALITÀ E TERMINI DI ESECUZIONE DEL SERVIZIO

Tutti i materiali prodotti dovranno essere approvati dall’Autorità che si riserva di richiedere modifiche, adattamenti e/o integrazioni alle soluzioni proposte. La Società dovrà provvedere alla realizzazione delle integrazioni e/o modifiche e/o adattamenti richiesti, senza oneri aggiuntivi, entro massimo tre giorni lavorativi dalla richiesta. Per le attività previste all’art. 3, lettera c) del presente capitolato, gli uffici dell’Autorità avvertiranno la società aggiudicataria che nelle 12-24 ore successive sarà diffuso un comunicato stampa. Al riguardo si fa presente che i comunicati vengono pubblicati generalmente nella fascia oraria 8-11, fermo restando che la pubblicazione può essere prevista anche in orari differenti.

I contenuti del comunicato saranno resi noti alla società aggiudicataria contestualmente alla pubblicazione del comunicato sul sito www.agcm.it. Entro 40 minuti dalla pubblicazione del comunicato sul sito dell’Autorità, la Società aggiudicataria dovrà realizzare e fornire il materiale di cui al medesimo art. 3, lettera c) e procedere, a seguito della revisione e dell’approvazione da parte della DRIRE, alla tempestiva pubblicazione sui social dei materiali.

La Società aggiudicataria dovrà garantire e fornire tutti i servizi descritti analiticamente all’art. 2 del presente capitolato.

La Società aggiudicataria si impegna a sostenere ogni onere, economico e/o amministrativo e/o altro, anche se non esplicitato, connesso alla progettazione ed esecuzione di tutte le attività, di tutti i prodotti nonché al pieno rispetto della normativa vigente.

La Società aggiudicataria si impegna a garantire che tutti i materiali utilizzati (foto, video, ecc.) per la realizzazione dei servizi richiesti siano liberi da copyright.

I materiali realizzati, gli esecutivi, tutti i diritti acquisiti (fotografici, musicali, ecc.), nonché i prodotti rimarranno di proprietà dell’Autorità che potrà programmarne la diffusione anche in fasi successive.

ART. 5 - RISORSE UMANE PER L’ESECUZIONE DEL CONTRATTO

La Società dovrà prevedere la creazione di un team così costituito:

- n.1 Capo progetto/Account senior con almeno 5 anni di esperienza nel ruolo;
- n.1 Graphic Designer con almeno 3 anni di esperienza nel ruolo;
- n.1 Copywriter con almeno 3 anni di esperienza nel ruolo;
- n.1 Social Media manager con almeno 3 anni di esperienza nel ruolo.

Il Capo progetto del team dedicato dovrà assicurare il massimo raccordo con l’AGCM e dovrà svolgere il ruolo di referente unico per qualsiasi questione inerente alla realizzazione delle attività.

A fine lavorazione, tutti i materiali realizzati dovranno essere dati all’Autorità su supporto informatico in formato sorgente e in pdf in alta risoluzione vettoriale e dovranno essere forniti anche gli strumenti/software/knowhow di gestione compatibili con gli standard tecnologici in uso. Il materiale prodotto dovrà essere fruibile attraverso differenti *device* (es. tablet, smartphone, Ipad, laptop).