

Assessorato Agricoltura,  
Sviluppo rurale e Pesca mediterranea  
Dipartimento Agricoltura

**OGGETTO:** Servizi per l'attuazione della strategia di comunicazione del Programma di Sviluppo Rurale Sicilia 2014-2020  
Procedura aperta col criterio dell'offerta economicamente più vantaggiosa.  
CIG: 7789633082 – CUP: G69E19000000009

### OFFERTA TECNICA

Dichiarazione ex artt. 46 e 47 del D.P.R. 445/2000 e ss.mm.ii.

Il sottoscritto \_\_\_\_\_ nato il \_\_\_\_\_ a \_\_\_\_\_ prov. (\_\_\_\_), codice fiscale \_\_\_\_\_, in qualità di \_\_\_\_\_ dell'operatore economico \_\_\_\_\_, con sede legale in \_\_\_\_\_, prov. \_\_\_\_\_, via \_\_\_\_\_, n° \_\_\_\_\_, c.a.p. \_\_\_\_\_, codice fiscale n. \_\_\_\_\_, partita IVA n. \_\_\_\_\_

### PROPONE

il seguente progetto di comunicazione, coerente con la Strategia di comunicazione del PSR Sicilia 2014-2020 e conforme a quanto indicato nel Capitolato di gara, formulato come segue (sviluppare i seguenti paragrafi in un totale di max 40 pagine formato A4 con 50 righe da 100 battute ciascuna, esclusi gli allegati).

#### 1. Premesse metodologiche e analisi di contesto.

#### 2. Strategia proposta.

2a. Idea strategica e articolazione dei contenuti.

2b. Campagna di comunicazione: descrizione dettagliata di una campagna di comunicazione completa su una tematica a scelta tra le tematiche chiave di cui al paragrafo 6 del capitolato.

Va allegata una proposta grafica (format), armonizzata con la grafica esistente[1], che elabori un soggetto nell'ambito della tematica scelta. la copy strategy della campagna dovrà contenere tutti gli elementi distintivi grafici e testuali (visual, headline, payoff, ecc.) e dovrà essere supportata dalla presentazione di n. 1 soggetto affissioni in tutti i formati necessari per una campagna completa.

2c Esempio di testo per spot radio da 30" sulla stessa tematica.

2d Soggetto per spot TV da 30" sulla stessa tematica.

#### 3. Attività.

Descrizione dettagliata delle modalità di attuazione delle seguenti azioni previste, in conformità alle specifiche tecniche di cui al paragrafo 9 del capitolato.

3a. Creazione di un database/datawarehouse, Sito web e Social media marketing.

3b. Piano media: affissioni, campagna media a mezzo radio e TV.

3c. Campagna media a mezzo stampa e quotidiani online; figure professionali addette, organizzazione e funzionamento dell'ufficio stampa.

3d. Incontri con i gruppi di interesse ed eventi: organizzazione e gestione, accorgimenti per garantire una buona partecipazione.

3e. Concorso d'idee – attività nelle scuole e nelle Università: organizzazione del concorso di idee, metodologia adottata, scuole, università e alunni coinvolti.

3f. Materiale informativo e promozionale. Descrizione di un esempio di opuscolo e di un esempio di pieghevole: utilizzo specifico delle due forme, aspetti grafici e contenuti.

3g. Produzione video e spot sui risultati del PSR e di preparazione della nuova programmazione: descrizione del concept di un video-documentario da 6 minuti e delle modalità di distribuzione.

3h. Attività di supporto. Relazioni e report periodici sull'attuazione della Strategia di Comunicazione, raccolta dati per il monitoraggio e la valutazione dell'attività di comunicazione svolta, raccolta dati sull'attuazione del Programma e buone prassi, informazione attraverso la Rete Rurale Nazionale e i Gruppi di Azione Locale.

#### 4. Altre attività

4a. Supporto ai Comitati di sorveglianza e al Comitato di coordinamento.

4b. Produzione kit congressuali, gadget, locandine per promozione incontri.

**5. Gruppo di lavoro.** Descrizione delle modalità organizzative e dei profili professionali previsti per lo svolgimento del servizio in conformità a quanto richiesto dal paragrafo 11 del capitolato.

Potranno essere presentati eventuali ulteriori elementi utili alla valutazione dell'offerta tecnica.

Luogo e data \_\_\_\_\_

Timbro e firma del dichiarante[2] \_\_\_\_\_

Da firmare ai fini della sottoscrizione in solido dell'offerta, quali mandanti di raggruppamento temporaneo di concorrenti, o di consorzio ordinario di concorrenti, non ancora costituito:

Timbro e firma \_\_\_\_\_ per l'operatore \_\_\_\_\_

[1] Gli elementi grafici esistenti sono presenti nel sito [www.psr Sicilia.it](http://www.psr Sicilia.it)

[2] L'offerta deve essere sottoscritta, pena esclusione:

nel caso di professionista singolo o consorzio singolo o Raggruppamento di professionisti già costituito, dal legale rappresentante;  
nel caso di raggruppamento temporaneo di professionisti (RTP) o consorzio o GEIE, non ancora costituiti, da tutti i soggetti che costituiranno il  
predetto raggruppamento o consorzio o GEIE.

In alternativa all'autenticazione della sottoscrizione prevista dagli articoli 21 e 47 del D.P.R. 445/2000, deve essere allegata, a pena di esclusione, ai sensi dell'art.38 del sopra citato D.P.R. 445/2000, copia fotostatica di un documento di identità, in corso di validità, del/i sottoscrittore/i.