



CAPITOLATO SPECIALE PER L’AFFIDAMENTO DEL SERVIZIO DI REALIZZAZIONE DI UNA CAMPAGNA DI BRAND AWARENESS PER LA PROMOZIONE DEL COLLEGIO INTERNAZIONALE CA’ FOSCARI

L’Ufficio Collegio Internazionale Ca’ Foscari (di seguito anche “Collegio”), struttura didattica di eccellenza dell’Ateneo veneziano, intende affidare a un’agenzia di comunicazione una campagna reputazionale per la promozione della sua immagine e la conoscenza delle sue attività, destinata in particolare agli studenti degli istituti scolastici secondari superiori, tra i 17 e i 21 anni, e alle loro famiglie. L’obiettivo è altresì quello di accrescere la conoscenza e aumentare la visibilità, a livello nazionale e internazionale, di una struttura formativa di elevato prestigio nel panorama complessivo delle Scuole Superiori di Ateneo, recentemente poste sotto un positivo riflettere da parte del Ministero dell’Università e della Ricerca, con lo scopo di promuovere l’offerta formativa complessiva di Ca’ Foscari.

L’oggetto del servizio è pertanto una Campagna Advertising in previsione del lancio dei bandi di ammissione per l’anno accademico 2025/2026.

L’obiettivo della campagna è quello di incrementare la visibilità del Collegio Internazionale Ca’ Foscari, raggiungendo una consolidata Brand Awareness, diventando riconosciuti e riconoscibili in Italia e all’estero e, entro la fine del 2025, aumentare il numero di domande da studenti internazionali in target che al momento del conseguimento del diploma decidano di sostenere l’esame di ammissione al Collegio Internazionale Ca’ Foscari, scegliendo un percorso di eccellenza improntato sul merito, in parallelo a un corso di laurea triennale e di laurea magistrale dell’Università Ca’ Foscari di Venezia, incentivando la conoscenza delle opportunità offerte dal Collegio nel periodo che precede l’apertura delle immatricolazioni universitarie.

Al fine di sviluppare al meglio il potenziale comunicativo dei propri strumenti istituzionali e di rendere quindi più attrattiva l’offerta didattica, il Collegio necessita di un servizio di posizionamento e di pianificazione di una strategia comunicativa integrata, da declinare nella seguente campagna istituzionale, da svolgersi indicativamente tra marzo e luglio 2025.

Art. 1 - Oggetto del servizio

Il presente capitolato ha per oggetto un servizio di analisi, di posizionamento e di pianificazione di una strategia comunicativa integrata, da declinare in campagne promozionali istituzionali, con lo scopo di definire un solido posizionamento del Collegio Internazionale e rendere più efficace la comunicazione della propria offerta formativa. In particolare:

- una campagna di brand awareness, al fine di promuovere il Collegio Internazionale Ca’

Foscari a livello nazionale e internazionale

- una campagna di reclutamento, al fine di promuovere il bando di selezione 2025/2026 per gli studenti iscritti ai corsi di Laurea Triennali.
- una campagna di reclutamento, al fine di promuovere il bando di selezione 2025/2026 per gli studenti iscritti ai corsi di Laurea Magistrali.

Le suddette campagne si svolgeranno indicativamente nel periodo novembre-dicembre 2024, marzo-aprile 2025, giugno-luglio 2025. Nello specifico, la realizzazione del servizio dovrà prevedere le seguenti fasi:

- **Fase 1: Analisi dell'identità del Collegio Internazionale**

La Fase 1 comprende:

- a) studio del mercato di riferimento;
- b) analisi del target e della territorialità da cui questo proviene;
- c) valutazione dei canali di comunicazione attuali e di quelli da eventualmente implementare;
- d) verifica della comunicazione dei competitor per evitare sovrapposizioni.

- **Fase 2: Creatività di campagna**

La Fase 2 prevede la definizione e lo sviluppo delle campagne di Brand Awareness 2025 e di reclutamento, e in particolare:

- a) verifica del payoff/claim attuale e ideazione del nuovo *pay-off* legato alle campagne di comunicazione, ovvero l'ideazione di una breve frase comunicativamente efficace con cui accompagnare le campagne di comunicazione;
- b) studio del concept per la creazione delle campagne, ovvero lo studio creativo dell'idea, dei concetti e dei messaggi attorno ai quali sviluppare le campagne di comunicazione;
- c) definizione del format grafico: due proposte di grafica e copy in linea con l'immagine coordinata dell'Ateneo realizzata dall'agenzia lo scorso anno;
- d) creazione del key-visual, ovvero dell'immagine grafica coordinata alla base delle campagne di comunicazione;
- e) definizione del key-message, ovvero la definizione del messaggio e delle parole chiave delle campagne di comunicazione;
- f) Condivisione di un brief di art direction per servizio fotografico;

- g) supporto post produzione ed editing delle immagini realizzate dal fotografo dell'Ateneo;
- h) condivisione con l'Ateneo del progetto finale per approvazione del RUP ed eventuale revisione secondo le indicazioni del RUP stesso.

Tale creatività sarà declinata dall'Affidatario nei formati display e search che si renderanno necessari, quali ad esempio banner e text ads tramite formati statici e/o dinamici quadrati, orizzontali e verticali sulle piattaforme definite dalla strategia.

- **Fase 3: Strategia**

La Fase 3 si basa sulle evidenze emerse dall'analisi e va a definire la strategia da applicare a:

- a) creatività (anche in riferimento al target)
- b) investimenti da pianificare
- c) canali da utilizzare: individuazione delle leve comunicative e mezzo/canale di comunicazione
- d) allocazione del budget.

- **Fase 4: Investimento media**

La Fase 4 prevede l'allocazione del budget e la definizione di KPI e include le seguenti attività:

- a) Set up delle campagne
- b) Gestione del budget Media con prenotazione degli spazi necessari nell'esercizio 2024;
- c) Stesura di un piano editoriale per i canali offline/online da collegare ai canali istituzionali del Collegio (Linkedin, FB, etc) e dell'università Ca' Foscari con proposte per eventuali altre piattaforme, contenente la pianificazione e la programmazione dei post nel caso di Social Media, di pubblicazione ADV nel periodo oggetto della fornitura (dal momento della consegna del progetto creativo fino al 31 dicembre 2025).
- d) Monitoraggio e ottimizzazione dell'andamento della campagna
- e) Verifica e report dei risultati relativi a
 - frequenza (indica quante volte, in media, un singolo utente visualizza un annuncio nel corso di una campagna);
 - Reach (o copertura, rappresenta il numero di utenti unici che vedono un annuncio almeno una volta)
 - CPM (o Costo per Mille, indica il costo della campagna per mille visualizzazioni dell'annuncio; è una metrica di valutazione economica che aiuta a capire quanto si sta spendendo per raggiungere un determinato numero di persone).

L'Affidatario dovrà indicare nella pianificazione i risultati attesi rispetto ai parametri sopra descritti.

La pianificazione media andrà presentata al Committente prima dell'avvio della campagna.

All'agenzia affidataria del servizio vengono richiesti l'analisi e il monitoraggio dei risultati e dell'impatto della campagna ogni 2 settimane nei periodi concordati di pubblicazione fino a scadenza del contratto, con possibilità di aggiornamento in corso d'opera della strategia posta in opera (in caso di inefficacia comunicativa). Si richiede inoltre un report finale.

In tutte le suddette attività (Fase 1 e 2) l'Affidatario dovrà coordinarsi con il Responsabile Unico del Progetto (RUP) secondo le tempistiche e le modalità definite nel successivo art. 4.

Art. 2 – Obblighi dell'Affidatario

L'Affidatario dovrà:

- a) designare e comunicare il Referente del Contratto (RC);
- b) partecipare agli incontri di coordinamento con il Responsabile Unico del Progetto (RUP) e con eventuali suoi delegati;
- c) svolgere le attività di cui alle Fasi 1 e 2 secondo le modalità e le tempistiche di cui all'art.4;
- d) coordinarsi con il RUP allo scopo di consentire una valutazione congiunta delle progettualità nel loro divenire;
- e) sottomettere secondo le modalità e le tempistiche di cui all'art. 4 i progetti elaborati per l'approvazione del RUP e apportare eventuali modifiche in conformità alle variazioni richieste dallo stesso.

Art. 3 – Obblighi del Collegio Internazionale Ca' Foscari

Il Collegio dovrà:

- a) partecipare, per mezzo del RUP o di suoi delegati, agli incontri di coordinamento con il Referente del Contratto (RC);
- b) condividere il materiale informativo e comunicativo realizzato per le precedenti campagne, quali brochure, presentazione dei corsi, presentazione del Collegio;
- c) approvare, per mezzo del RUP, i progetti elaborati dall'Affidatario secondo le modalità e le tempistiche di cui all'art. 4.

Art. 4 – Modalità, tempistiche e consegna

Entro 5 (cinque) giorni naturali e consecutivi dalla stipula del contratto, il Referente del Contratto (RC) dovrà partecipare a un incontro di coordinamento con il Responsabile Unico

del Progetto (RUP), al fine di definire i contenuti delle campagne e le tempistiche di realizzazione delle Fasi 1 e 2, fermo restando le seguenti tempistiche di massima:

- al termine della Fase 1, che in ogni caso dovrà concludersi entro 15 giorni dalla stipula del contratto, l’Affidatario dovrà consegnare al RUP i materiali di Analisi dell’identità del Collegio Internazionale ai fini della sua approvazione. Il RUP approverà suddetta documentazione entro 5 (cinque) giorni naturali e consecutivi dalla sua ricezione, salvo richiedere eventuali modifiche, che dovranno essere eseguite dall’Affidatario entro 5 (cinque) giorni naturali e consecutivi dalla richiesta del RUP;
- al termine della Fase 2, che dovrà concludersi entro 10 giorni dalla conclusione della Fase 1, l’Affidatario dovrà consegnare al RUP il progetto finale ai fini della sua approvazione. Il RUP approverà suddetto progetto entro 5 (cinque) giorni naturali e consecutivi dalla sua ricezione, salvo richiedere eventuali modifiche, che dovranno essere eseguite dall’Affidatario entro 5 (cinque) giorni naturali e consecutivi dalla richiesta del RUP;
- La Fase 3 e la Fase 4 lett. a), b), c) dovranno concludersi entro il 6 dicembre 2024.
- tutte le attività e la consegna della relazione finale dovranno concludersi entro il giorno 31/07/2025.

Durante le fasi di lavorazione del progetto, il RUP si riserva la facoltà di organizzare ulteriori riunioni di coordinamento, anche in via telematica, al fine di valutare lo stato di avanzamento delle attività.

Successivamente all’approvazione da parte del RUP, la consegna finale del progetto nella sua versione definitiva dovrà avvenire in modalità telematica, attraverso WeTransfer o altra piattaforma concordata, e in formato file digitale (PDF o altri formati concordati).

Tutte le consegne, le richieste e le approvazioni, nonché le eventuali richieste di variazioni da parte del Collegio, dovranno avvenire in forma scritta e comunicate tramite e-mail.

Art. 5 – Durata del contratto

L’efficacia del contratto decorre dalla data di sottoscrizione dello stesso e termina con la consegna della relazione finale.

L’Università si riserva di procedere all’affidamento del servizio ai sensi dell’art. 52, comma 1, del D.Lgs. 36/2023. In tal caso, qualora i controlli non confermino le dichiarazioni rese dall’operatore economico, si applicano le disposizioni di cui al comma 2 dell’art. 52 sopra richiamato.

Art. 6 - Penali

In caso di mancato rispetto dei termini per la realizzazione delle Fasi 1 e 2 secondo quanto stabilito dall’art.4, si applicherà una penale pari a 25 euro/gg (venticinque/00 euro al giorno) per ogni giorno naturale e consecutivo di ritardo per causa imputabile all’Affidatario.

In caso di mancato rispetto dei termini per la realizzazione delle Fasi 3 e 4 lettere a), b) e c) secondo quanto stabilito dall'art.4, si applicherà una penale pari a 100 euro/gg (cento/00 euro al giorno) per ogni giorno naturale e consecutivo di ritardo per causa imputabile all'Affidatario.

Qualora il RUP richiedesse delle revisioni rispetto al materiale consegnato e la nuova versione consegnata dall'Affidatario non dovesse recepire le revisioni richieste dal RUP, l'Ateneo si riserva la facoltà di applicare una penale di 50 euro/gg (cinquanta/00 euro al giorno) fino alla consegna del nuovo materiale revisionato e infine approvato dal RUP.

Decorsi inutilmente 10 (dieci) giorni naturali e consecutivi da ciascuna delle scadenze sopra citate, il Collegio si riserva la facoltà di risolvere il contratto ai sensi e per gli effetti dell'art. 1456 del Codice civile.

Art. 7 - Importo stimato del servizio e offerta economica

L'importo stimato del servizio in oggetto è pari a euro 38.000,00 (trentottomila/00) IVA esclusa,

così suddivisi:

1. 21.000,00 euro (ventunomila/00) per la realizzazione della Fase 1 e Fase 2;
2. 17.000,00 euro (diciassettemila/00) per la realizzazione della Fase 3 e Fase 4.

Attraverso la piattaforma MEPA di Consip S.p.A. l'operatore economico dovrà:

1. Compilare il modulo offerta prezzi allegato;
2. inserire l'importo offerto, che non può essere maggiore di quello stimato, espresso fino a massimo di due cifre decimali;
3. compilare e inviare il modulo di offerta economica, generato automaticamente e caricato mediante procedura guidata, il quale deve essere sottoscritto digitalmente dal legale rappresentante dell'impresa.

Con la presentazione dell'offerta, l'operatore economico accetta tutte le condizioni previste dal presente capitolato.

Art. 8 – Tutela dei lavoratori

L'Affidatario deve osservare tutte le norme e prescrizioni sulla tutela, sicurezza, salute, assicurazione assistenza, contribuzione e retribuzione dei lavoratori.

Ai sensi dell'art. 11, comma 1, del D.lgs. 36/2023, al personale impiegato nell'espletamento della fornitura è applicato il contratto collettivo nazionale e territoriale in vigore per il settore e per la zona nella quale si eseguono le prestazioni di lavoro, stipulato dalle associazioni dei datori e dei prestatori di lavoro comparativamente più rappresentative sul piano nazionale e

quello il cui ambito di applicazione sia strettamente connesso con l'attività oggetto dell'appalto svolta dall'impresa anche in maniera prevalente.

Art. 9 – Tracciabilità dei flussi finanziari

L'Affidatario assume gli obblighi di tracciabilità dei flussi finanziari, di cui all'art. 3 della L. 136/2010 e s.m.i.

Il mancato utilizzo del bonifico bancario o postale ovvero degli altri strumenti idonei a consentire la piena tracciabilità delle operazioni di pagamento costituisce, ai sensi dell'art. 3, comma 9 bis, della L. 136/2010 e s.m.i., causa di risoluzione contrattuale.

Art. 10 – Clausola risolutiva espressa

Il Collegio si riserva di risolvere di diritto il contratto, ai sensi dell'art. 1456 del Codice civile, previa dichiarazione scritta da comunicarsi all'Affidatario tramite posta elettronica certificata (PEC), nei seguenti casi:

- a) trascorsi dieci giorni naturali e consecutivi di ritardo rispetto ai termini di consegna, come indicato nel precedente art. 6;
- b) violazione delle norme di tracciabilità dei flussi finanziari di cui all'art. 9;
- c) violazione del divieto di cessione del contratto di cui al successivo art. 15;
- d) violazione del codice etico e di comportamento di Ateneo di cui al successivo art. 16;
- e) violazione degli obblighi di riservatezza di cui al successivo art. 18;
- f) perdita dei requisiti di cui agli artt. 94 e 95 del D.Lgs. 36/2023 e s.m.i.

Art. 11 – Ulteriori casi di risoluzione

L'Università si riserva di risolvere il contratto nei casi di cui all'art. 122, comma 1, del D.lgs. 36/2023 e s.m.i.

L'Università, ai sensi dell'art. 122, comma 2, lett. b) del D.lgs. 36/2023 procederà inoltre alla risoluzione del contratto qualora nei confronti dell'appaltatore sia intervenuto un provvedimento definitivo che dispone l'applicazione di una o più misure di prevenzione di cui al codice delle leggi antimafia e delle relative misure di prevenzione, ovvero sia intervenuta sentenza di condanna passata in giudicato per i reati di cui al Capo II del Titolo IV della Parte V Libro II del D.lgs. 36/2023 e s.m.i.

Sono fatte salve le ulteriori cause di risoluzione del contratto previste dall'art. 122, commi 3 e 4, del D.lgs. 36/2023.

Art. 12 – Recesso dell'Università

Fermo restando quanto previsto dagli articoli 88, comma 4-ter e 92, comma 4, del decreto collegio.internazionale@unive.it

legislativo 6 settembre 2011, n. 159, l'Università può recedere dal contratto in qualunque momento previo il pagamento delle prestazioni regolarmente eseguite, oltre al decimo dell'importo di quelle non eseguite. Il decimo dell'importo delle prestazioni non eseguite è calcolato sulla differenza tra l'importo dei quattro quinti dell'importo contrattuale e l'ammontare netto delle prestazioni regolarmente eseguite.

L'esercizio del diritto di recesso è preceduto da una formale comunicazione all'Affidatario trasmessa via PEC da darsi con un preavviso non inferiore a venti giorni naturali consecutivi, decorsi i quali l'Università verifica la regolarità delle prestazioni rese.

Art. 13 – Esecuzione in danno

Qualora l'Affidatario ometta di eseguire, anche parzialmente, le prestazioni oggetto del presente Capitolato secondo le modalità ed entro i termini ivi previsti, l'Università potrà ordinare ad altra impresa l'esecuzione parziale o totale di quanto omesso dall'Affidatario stesso, al quale saranno addebitati i maggiori costi e i danni eventualmente subiti dall'Università. Rimane salva, in ogni caso, l'applicazione delle penali di cui all'art. 6.

In tal caso, l'Università potrà rivalersi sulle competenze dovute all'Affidatario e, occorrendo, sulla garanzia definitiva, che dovrà essere reintegrata tempestivamente, dandone comunicazione mediante PEC al RUP.

Art. 14 – Modalità di pagamento

Il pagamento del corrispettivo avverrà in due rate distinte, di cui:

- una prima rata, di acconto, pari a 21.000,00 (circa il 55% dell'offerta complessiva), da fatturare al termine dell'esecuzione della Fase 1 e della Fase 2.
- una seconda rata, a saldo, pari a 17.000,00 (circa il 45% dell'offerta complessiva), da fatturare al termine dell'esecuzione Fase 3 e Fase 4 lett. a). b) e c) previo rilascio del certificato di regolare esecuzione del servizio da parte del RUP.

I pagamenti verranno effettuati entro 30 (trenta) giorni dal ricevimento delle fatture elettroniche, a mezzo ordinativo di pagamento tramite l'Istituto di Credito che gestisce il servizio di cassa per l'Ateneo.

Le fatture dovranno essere trasmesse esclusivamente in formato elettronico e riportare il codice univoco ufficio (Y5Q18Q) e la dicitura "scissione dei pagamenti (art. 17-ter Decreto n. 633/1972 e s.m.i.)".

Il pagamento delle fatture avverrà, inoltre, solo previo accertamento della regolarità contributiva dell'Affidatario. A tal fine, il Collegio acquisirà d'ufficio il documento unico di regolarità contributiva (DURC on line) attestante la posizione contributiva dell'Affidatario.

Il pagamento avverrà sul conto corrente bancario (codice IBAN) dedicato ai sensi dell'art. 3

Legge 136/2010 e s.m.i. che verrà comunicato dall'Affidatario, il quale provvederà a trasmettere al Collegio gli estremi identificativi dello stesso, le generalità e il codice fiscale delle persone delegate ad operare su di esso, nonché a comunicare ogni eventuale modifica relativa ai dati trasmessi.

Sull'importo netto delle fatture sarà operata una ritenuta dello 0,50% ai sensi dell'art. 11, comma 6 del D.Lgs. 36/2023 e s.m.i. La ritenuta sarà liquidata dal Collegio in sede di liquidazione finale, successivamente all'attestazione di regolare esecuzione del servizio, previa acquisizione del DURC on line.

Art. 15 – Divieto di cessione del contratto

Il contratto non può essere ceduto totalmente o parzialmente, a pena di nullità della cessione stessa, fatto salvo quanto previsto dall'art. 120, comma 1, lettera d) del D.Lgs. 36/2023 e s.m.i.

Art. 16 – Codice etico e di comportamento di Ateneo

Le disposizioni del Codice di comportamento dei dipendenti pubblici (D.P.R. n. 62/2013), per quanto compatibili, ai sensi dell'art. 2, comma 3, dello stesso decreto si applicano ai collaboratori a qualsiasi titolo dell'impresa affidataria. Si applicano altresì le disposizioni del Codice etico e di comportamento adottato dall'Ateneo con Decreto Rettorale n. 1116 del 5/11/2019, modificato con D.R. n. 765 del 29 giugno 2023 e pubblicato sul sito web dell'Università.

L'Affidatario si impegna a far osservare ai propri dipendenti e collaboratori i suddetti Codici, pena la risoluzione del contratto.

Art. 17 – Trattamento dati personali

Ai sensi del D.Lgs. n. 196/2003 "Codice in materia di protezione di dati personali" e s.m.i. e del Regolamento UE n. 2016/679 (GDPR 2016/679), i dati personali, forniti per la sottoscrizione del contratto, saranno raccolti per le finalità di gestione dello stesso nel pieno rispetto della normativa sopra richiamata. In ogni momento l'Affidatario potrà esercitare nei confronti dell'Ateneo i diritti previsti agli articoli dal 15 al 22 del GDPR 2016/679. Il trattamento sarà svolto in forma automatizzata e/o manuale nel rispetto della normativa sopra richiamata.

Il responsabile della protezione dei dati (DPO) dell'Ateneo è raggiungibile al seguente indirizzo: Università Ca' Foscari – Responsabile della Protezione dei dati personali, Dorsoduro 3246, 30123 Venezia, ovvero all'indirizzo dpo@unive.it.

Il titolare del trattamento è l'Università Ca' Foscari Venezia nella persona della Magnifica

Rettrice con sede in Dorsoduro 3246, 30123 Venezia (rettrice@unive.it; protocollo@pec.unive.it; centralino: +39 041 234 8211). L'informativa è disponibile all'indirizzo <https://www.unive.it/pag/40638/>.

Art. 18 – Riservatezza

L'Affidatario ha l'obbligo di mantenere riservati tutti i dati, documenti e le informazioni di cui venga a conoscenza nel corso dell'esecuzione del contratto, di non divulgarli in alcun modo e in qualsiasi forma e di non utilizzarli ad alcun titolo per scopi diversi da quelli strettamente necessari all'esecuzione del presente contratto. L'Affidatario è responsabile per l'esatta osservanza da parte dei propri dipendenti degli obblighi di riservatezza anzidetti.

Art. 19 – Domicilio e controversie

Il domicilio, per ogni effetto di legge, viene eletto dall'Università in Venezia, Dorsoduro 3246, e dall'Affidatario presso la propria sede legale.

Qualora insorgano controversie relative all'interpretazione e/o all'esecuzione del contratto, la soluzione delle stesse sarà demandata al giudice competente. Si elegge come esclusivamente competente il Foro di Venezia.

Art. 20 – Normativa di riferimento

Per quanto non espressamente disciplinato dal presente capitolato si applicano le condizioni generali di contratto relative al bando del Mercato Elettronico della Pubblica Amministrazione per la fornitura di diverse tipologie di servizi per la categoria merceologica "Marketing, comunicazione, pubblicità, social media, ricerche di mercato", il D.Lgs. 36/2023 e s.m.i. e le disposizioni del Codice civile regolanti la materia.

Per tutte le informazioni in merito al presente capitolato, contattare il Responsabile Unico del Progetto: dott.ssa Debora Ferro, 041 234 7990.

II RUP

dott.ssa Debora Ferro

(firmato digitalmente)