



CITTÀ DI TERAMO

Misura B2.2 – Contributi destinati a soggetti pubblici per Accordi e Partenariati speciali pubblico-privato per la valorizzazione del patrimonio culturale, ambientale e pubblico

COMUNICAZIONE DEL RESPONSABILE UNICO DEL PROCEDIMENTO (RUP) DEL SOGGETTO GESTORE

1. Introduzione

- **Scopo del documento:** Questo capitolato ha l'obiettivo di descrivere in dettaglio le prestazioni richieste per l'attuazione di un piano di marketing volto a promuovere il cicloturismo nella regione, attraverso azioni mirate che includono la creazione di contenuti, campagne di comunicazione e la realizzazione di un sito web e una mappa geo-referenziata.
- **Inquadramento del servizio:** Le attività si collocano all'interno di un progetto più ampio per lo sviluppo del turismo sostenibile. Saranno definiti i ruoli e le responsabilità tra i partner del progetto e l'ente beneficiario, evidenziando le scadenze e le modalità di attuazione.
- **Obiettivi del servizio:** Gli obiettivi principali comprendono un aumento del 20% nel numero di visitatori delle ciclabili locali entro i primi 3 anni dall'implementazione delle azioni di marketing, attraverso l'analisi dei dati di utilizzo e dei feedback degli utenti.

2. Requisiti Funzionali

- **Descrizione delle funzionalità:**
 - Ideazione immagine coordinata del progetto
 - Creazione e gestione di un sito web informativo e accattivante per promuovere gli itinerari ciclabili e le esperienze turistiche.
 - Sviluppo e attuazione di strategie di marketing digitale, inclusi social media marketing, SEO e content marketing per aumentare la visibilità.
 - Implementazione di campagne promozionali mirate, come eventi di lancio e press tour, per attrarre l'attenzione dei media e degli influencer.
 - Creazione di materiali promozionali, tra cui brochure e video, per sostenere le attività di comunicazione.
- **User Stories:**
 - "Come turista, voglio visitare un sito web che presenti informazioni dettagliate sui percorsi ciclabili e le attrazioni turistiche."
 - "Come operatore locale, voglio partecipare a eventi di promozione per far conoscere i miei servizi ai visitatori."
- **Flussi di lavoro:**

- Un diagramma di flusso illustrerà le fasi delle campagne di marketing, dalla pianificazione alla valutazione dell'efficacia.

3. Standard e normative

- Le azioni di marketing dovranno rispettare le normative locali e nazionali riguardanti la promozione turistica, la privacy dei dati e le pratiche pubblicitarie. È fondamentale aderire agli standard di settore per garantire la qualità e l'efficacia delle attività.

4. Requisiti di qualità

- **Performance:** Le campagne di marketing devono garantire un ritorno sull'investimento misurabile, con l'obiettivo di ottenere un aumento del traffico verso il sito web e della partecipazione agli eventi promozionali.
- **Sicurezza e privacy:** Tutte le attività di marketing dovranno assicurare il rispetto delle normative sulla privacy e la protezione dei dati personali.
- **Usabilità:** Il sito web e i materiali promozionali devono essere progettati per essere intuitivi e accessibili a un ampio pubblico.
- **Compatibilità:** Le attività di marketing devono essere compatibili con i principali strumenti e piattaforme digitali per garantire una diffusione ottimale dei contenuti.

5. Requisiti Tecnici

- **Architettura del sistema:** Il sito web dovrà essere realizzato utilizzando tecnologie moderne e responsive, per garantire una fruizione ottimale su dispositivi desktop e mobile.
- **Tecnologie e Strumenti:** Saranno utilizzati CMS (Content Management System) aggiornati e strumenti di analisi per monitorare l'efficacia delle campagne.
- **Integrazioni:** È previsto l'inserimento di strumenti per l'analisi dei dati e per il monitoraggio delle campagne pubblicitarie.

6. Requisiti di qualità

- **Standard di Codifica:** Il sito web e i materiali digitali dovranno seguire le migliori pratiche per garantire un'implementazione di alta qualità.
- **Test, verifiche e collaudi:** Saranno previsti test di usabilità e controlli periodici sull'efficacia delle campagne.
- **Documentazione:** Sarà fornita una documentazione dettagliata per la gestione e l'aggiornamento delle strategie di marketing.

7. Pianificazione e Tempistiche

- **Fasi del Progetto:**
 - Fase 1: Analisi di mercato e definizione delle strategie di marketing
 - Fase 2: Ideazione dell'immagine coordinata del progetto
 - Fase 3: Sviluppo del sito web e dei materiali promozionali
 - Fase 4: Implementazione delle campagne di marketing
 - Fase 5: Monitoraggio e valutazione dei risultati
- **Milestone e Deliverable:**
 - Consegna del sito web.
 - Report sulle attività di marketing e sui risultati ottenuti.

8. Costi e termini di pagamento

8.1 Team di lavoro

- Profili professionali previsti:
 - Project Manager
 - Marketing Specialist
 - Web Developer
 - Designer Grafico
 - Esperti in comunicazione

8.2 Definizione dei costi

Il budget, pari ad € 196.841 onnicomprensivo, con modalità di pagamento su avanzamento del progetto, è per le seguenti attività

- Ideazione immagine coordinata del progetto
- Realizzazione del sito web
- Creazione di contenuti e materiali promozionali
- Campagne di marketing e comunicazione
- Gestione e monitoraggio delle campagne

8.3 Modalità di pagamento

- I pagamenti possono avvenire in anticipo, previa presentazione di una polizza fideiussoria, secondo quanto stabilito dal Codice dei contratti pubblici.
- I pagamenti successivi saranno effettuati sulla base dei costi associati ai deliverable e alle milestone previste. L'ultimo pagamento non dovrà essere inferiore al 10% del costo totale e sarà liquidato al completamento del progetto.

9. Il Programma della gestione successiva alla realizzazione del servizio

- **Obiettivo:** Garantire il funzionamento continuo e la manutenzione efficace delle attività di marketing per assicurare un servizio di alta qualità nel tempo.
- **Attività di Gestione:**
 - Monitoraggio delle prestazioni delle campagne di marketing.
 - Aggiornamenti e ottimizzazione delle strategie ogni 6 mesi.
 - Formazione continua per il personale coinvolto nella gestione del marketing.
- **Reporting:**
 - Produzione di un rapporto trimestrale contenente analisi dei dati di utilizzo e feedback raccolti dagli utenti.

10. Gestione del Progetto

- **Interventi e attività previsti:**
 - Descrizione dettagliata delle attività pianificate, suddivisa per iniziativa e macrovoce, con l'indicazione dei costi associati.
- **Ruoli e Responsabilità:**
 - Project Manager: Supervisione generale del progetto.
 - Marketing Specialist: Responsabile della pianificazione e implementazione delle campagne.

- Web Developer: Sviluppo e manutenzione del sito web.
- **Verifiche e controlli:**
 - Sistema di verifica e controllo delle prestazioni, con report regolari sulle attività svolte.
- **Gestione del Rischio:**
 - Identificazione di rischi potenziali e definizione delle relative misure di mitigazione.
- **Avviamento della gestione del servizio:**
 - Piano dettagliato per il lancio e la gestione operativa delle attività di marketing.
- **Garanzie e Manutenzione:**
 - Condizioni di garanzia secondo quanto stabilito dal Codice dei contratti pubblici.

Nota: eventuali ulteriori dettagli e/o specifiche verranno inseriti in fase esecutiva