

## RELAZIONE ILLUSTRATIVA E STIMA DEL SERVIZIO

### 1. PREMESSA

Con atto dirigenziale del Servizio Staff di Presidenza n. 899/954 del 14.7.2008, la Provincia di Siena, a seguito di espletamento di gara, aggiudicò l'appalto del "Servizio informazione, comunicazione e pubblicazione delle azioni promosse dall'amministrazione provinciale". L'appalto, quantificato a base d'asta in una cifra pari a 292.182,10 euro, al netto degli oneri per la sicurezza pari al 2% e dell'Iva al 20% e della durata di 15 mesi, fu prorogato agli stessi prezzi e condizioni per ulteriori sei mesi, ovvero fino al 31 dicembre 2009.

Secondo una logica che intendeva avere un unico interlocutore per la gamma completa dei servizi attraverso cui articolare tutte le azioni di comunicazione, le prestazioni richieste dall'appalto prevedevano: n. 38 edizioni di notiziari televisivi settimanali della durata di 5 minuti; n. 30 edizioni di Format televisivi monografici della durata di 4 minuti sulle tematiche relative alla Formazione e al Lavoro della Provincia di Siena; n. 14 edizioni televisive di un Focus mensile della durata di 20 minuti; n. 14 edizioni televisive di un Focus mensile di approfondimento della durata di 5 minuti; 14 edizioni televisive di un Focus sul Consiglio Provinciale della durata di 20 minuti; n. 38 puntate di servizi ed interviste radiofoniche della durata di 3 minuti; n. 15 puntate di servizi ed interviste radiofoniche della durata di 3 minuti. Prevedevano inoltre la redazione di n.12 *newsletter* telematiche sulle politiche attive e sulle opportunità occupazionali e formative in Provincia e nella Regione; n.5 *newsletter* cartacee sulle politiche attive e sulle opportunità occupazionali e formative in Provincia e nella Regione, da allegare alla rivista cartacea "Siena Provincia Informa"; n. 6 *newsletter* telematiche sulle politiche del servizio Attività Produttive; l'elaborazione dei contenuti, l'impaginazione, la stampa, la distribuzione di 5 numeri, con cadenza, trimestrale (indicativa) della rivista "Siena Provincia Informa"; l'organizzazione e il coordinamento della Mostra del Libro "Leggere è Volare"; il Coordinamento e le strategie di comunicazione per convegni ed eventi e il supporto all'Ufficio Stampa della Provincia.

### 2. ORIENTAMENTI STRATEGICI E GESTIONALI

Con la scadenza dell'appalto in data 31 dicembre 2009 è quindi cessato l'affidamento del Servizio informazione, comunicazione e pubblicazione delle azioni promosse dall'amministrazione e la nuova amministrazione ha avviato una riflessione tesa ad analizzare necessità, modalità e strumenti per l'organizzazione futura delle suddette attività.

Alla luce di ciò si è ragionato circa l'opportunità di proseguire in una gestione mista delle funzioni di informazione e comunicazione, in parte in appalto e in parte gestite da personale della Provincia con professionalità adeguata. A tale proposito, dunque, la nuova amministrazione intende dare una nuova impronta alla comunicazione e all'informazione della Provincia di Siena, puntando, entro i primi mesi del 2010, a istituire una nuova unità organizzativa di coordinamento e a definire un nuovo Piano di Comunicazione, nel rispetto della Legge 150 del 7 giugno 2000, che dovrà puntare, tra le altre cose, al potenziamento della comunicazione e dell'informazione on-line; alla maggiore integrazione delle attività di comunicazione e informazione previste dalla stessa legge 150 e a massimizzare l'utilizzo delle risorse umane ed economiche.

Proprio in questa ottica la Provincia ha commissionato al CIRCAP - Center for the Study of Political Change dell'Università degli Studi di Siena una ricerca specifica per capire attraverso quali mezzi e circostanze i cittadini senesi si informino. I risultati scaturiti dalla stessa indagine hanno fornito un utile e ulteriore strumento che dovrà essere alle base dell'elaborazione del nuovo piano di

Comunicazione della Provincia, di cui alleghiamo breve relazione, che dovrà essere alla base della definizione dell'offerta tecnica dei concorrenti (vedi allegato A).

E' dunque appurato che la Provincia, al fine di rendere, per quanto possibile, univoca la percezione dell'immagine e dell'operato dell'ente nei confronti dei cittadini, ha necessità di istituire al proprio interno una struttura di coordinamento in grado di creare sinergie ed integrazioni tra le azioni di comunicazione e quelle di informazione, con funzione di programmazione, indirizzo e raccordo delle attività da realizzare.

Proprio a questa struttura di coordinamento spetterà il compito di presentare al vertice dell'amministrazione il piano di comunicazione, completo degli obiettivi e della strategia di comunicazione integrata; della descrizione delle singole azioni da effettuare con l'indicazione dei tempi di realizzazione; della selezione dei mezzi di diffusione e della scelta delle attività di monitoraggio e valutazione da attuare per testare l'efficacia del Piano stesso.

A fronte di un'analisi effettuata all'interno del proprio organico sulle professionalità da inserire in questo servizio, la Provincia, per arrivare agli obiettivi sopra enunciati, ritiene necessaria l'individuazione, attraverso apposita gara ad evidenza pubblica, di un fornitore esterno in grado di mettere a disposizione 3 professionisti (iscritti all'Ordine dei giornalisti pubblicisti e/o professionisti, laureati e con ulteriori titoli, ottenuti nel settore della comunicazione) per il potenziamento dell'Ufficio Stampa e in grado di svolgere un servizio "base" sul versante della comunicazione. Un servizio che, sulla scorta di una strategia e di contenuti ben individuati, possa quindi garantire la tipica attività quotidiana di un ufficio stampa (organizzazione di conferenze stampa, redazione di comunicati e di altri testi destinati a giornali, riviste, radio-televisioni) così come la costruzione di una rete di rapporti con i mass media ai fini di una costante presenza, sugli stessi, della Provincia e di coloro che la rappresentano sul piano politico-amministrativo. Sarà sempre riconducibile a questo servizio l'attività di comunicazione e pubblicizzazione che si intende svolgere attraverso il web e per mezzo di tutte quelle forme che mirano a creare modalità interattive di comunicazione interna ed interistituzionale nei confronti dei cittadini. E quindi il coordinamento delle azioni necessarie ad arrivare a un sistema di comunicazione integrato che renda armonica e riconoscibile, all'esterno, l'immagine della Provincia.

Per tutto ciò il fornitore esterno dovrà garantire l'impiego di soggetti aventi i requisiti stabiliti dalla legge 150/2000 oltre che un'elevata professionalità, testimoniata da curriculum e da una comprovata esperienza in situazioni analoghe per tipologia e caratteristiche del servizio.

### 3.STIMA DEL SERVIZIO

Perché il servizio possa essere espletato in modo compiuto si prevede una durata del servizio per ventiquattro (24) mesi dalla data di sottoscrizione del contratto. La Provincia si riserva, nel triennio successivo alla stipula del contratto iniziale, la facoltà di affidare, ai sensi dell'art. 57, comma 5, sub b) del D.Lgs. n.-163/2006, all'aggiudicatario, mediante procedura negoziata, la ripetizione per ulteriori tre anni, di servizi analoghi a quelli della presente gara, conformemente ai patti contrattuali e al progetto di base elaborato in sede di offerta.

Il costo del servizio è previsto per € 273.950,00, IVA esclusa, e si basa sul compenso medio annuo percepito da n. 2 giornalisti iscritti all'Albo, per prestazioni fisse continuative da addetto stampa, portavoce e collaboratore professionale di uffici stampa pubblici e privati senza vincolo di orario e di presenza. Da considerare, inoltre, una figura con funzioni di coordinamento per il quale si prevede un costo aggiuntivo pari al 25% del compenso base.

I dati sono stati rilevati dall'ultima delibera dell'ordine dei giornalisti, visibile nel sito internet, approvata nella riunione del 20 e 21 dicembre 2006. A questi è stata aggiunta la rivalutazione ISTAT dall'anno 2007 all'anno 2009 oltre l'utile di impresa.

#### 4.CONCLUSIONI

In base pertanto della stima del servizio, si cui al paragrafo precedente, si procederà ad indire apposita gara ad evidenza pubblica ai sensi delle vigenti norme di legge e con modalità di sui allo specifico capitolato d'oneri.