

Relazione Generale

**Servizio di comunicazione e promozione
dell'opera realizzata da Francesco Vezzoli
per la collezione del Museo Civico di Castel Nuovo,
la cui presentazione è in programma per il mese di settembre 2023**

PREMESSA

Nell'ambito del "PAC2021 - Piano per l'Arte Contemporanea" promosso dalla Direzione Generale Creatività Contemporanea del Ministero della Cultura, il Comune di Napoli è stato selezionato per la produzione di un'opera realizzata dall'artista Francesco Vezzoli per la collezione del Museo Civico di Castel Nuovo prevederà la realizzazione di una scultura site-specific raffigurante un coccodrillo che andrà allestito nella sala delle Prigioni di Castel Nuovo.

Al fine di garantire l'efficace comunicazione e visibilità dell'iniziativa durante le fasi pre e post installazione, è previsto l'investimento di **euro 15000 (iva inclusa -€ 12295,08 imponibili di cui € 4098,36 per il Piano di comunicazione/valorizzazione e € 8196,72 per la promozione oltre IVA al 22%-)** per attività di **ufficio stampa, social media management e sviluppo identità visiva e grafiche promozionali, realizzazione campagna promozionale, organizzazione della conferenza stampa e dell'evento inaugurale**, in coordinamento con gli uffici del Comune di Napoli, con l'artista e con il curatore.

DESCRIZIONE DELLA PRESTAZIONE DI SERVIZIO

La prestazione, che si svolgerà in maniera continuativa nel mese di settembre 2023, prevede i seguenti elementi di base:

1. **Elaborazione di un Media Plan** che dettagli le iniziative di comunicazione e promozione da porre in essere per valorizzare l'opera all'oggetto. Il Media Plan dovrà essere condiviso e accettato formalmente dal Comune di Napoli;
2. **Elaborazione dei materiali grafici, da sviluppare declinando l'identità visiva del macro-progetto "Napoli Contemporanea", le cui linee guida e modelli saranno forniti all'Affidatario dall'Amministrazione.** A titolo esemplificativo e non esaustivo potranno essere prodotti: invito e altre grafiche digitali, folder per cartella stampa, manifesti per campagne pubblicitarie outdoor, totem e/o roll-up e altre grafiche d'allestimento per interni e/o esterni. La scelta dei supporti avverrà in seguito alla definizione della proposta di Media Plan che l'Affidatario dovrà presentare.
3. **Produzione e stampa dei materiali grafici** individuati all'interno del Media Plan (come da elenco riportato a titolo esemplificativo al punto 2).
4. **Elaborazione di un Social Media Plan**, che dovrà essere condiviso e accettato formalmente dal Comune di Napoli. Il Social Media Plan dovrà indicare: la tipologia dei contenuti che saranno veicolati sui diversi social media; il numero minimo e massimo di post che si prevede di pubblicare per ciascun evento/rassegna; le informazioni relative alle campagne di sponsorizzazione che si prevede di attivare, con specifiche relative agli obiettivi di campagna ed ai risultati attesi.
5. **Attività di Social Media Management**, in attuazione del Social Media Plan. A titolo esemplificativo:
 - animazione dei canali Facebook e Instagram (o altro) mediante l'elaborazione di post/stories/reel e delle relative grafiche/video;
 - produzione e diffusione di contenuti audio/video, eventualmente anche in live posting;
 - attività di digital PR e di digital storytelling, eventualmente anche mediante l'attivazione di relazioni digitali strutturate con influencer e opinion leader.
 - creazione, gestione e monitoraggio di contenuti sponsorizzati.

6. **Attività di ufficio stampa locale e nazionale.** Tale attività dovrà riguardare le principali testate giornalistiche cartacee, web e radiotelevisive e comprendere, tra l'altro: redazione e diffusione di comunicato stampa, recall giornalisti e responsabili media, organizzazione di interviste con l'artista, il curatore e i rappresentanti delle Istituzioni.
7. **Organizzazione della conferenza stampa, con visita in anteprima all'opera,** da svolgersi in data da definirsi. L'attività dovrà comprendere, tra l'altro: elaborazione, produzione, stampa e diffusione di comunicato e cartella stampa; redazione, produzione, stampa e diffusione di un dossier illustrativo dell'opera e della sua realizzazione; trasmissione inviti e recall giornalisti e responsabili media; allestimento della sala con sedie e service (ove necessario) nonché con roll-up o totem e con un backdrop per interviste.
8. **Realizzazione di una campagna di promozione su impianti per affissione outdoor** di proprietà del Comune di Napoli.
9. **Documentazione video e fotografica** dell'opera allestita, delle fasi di allestimento e dell'evento inaugurale e acquisizione di ogni licenza d'uso delle suddette immagini video e fotografiche.
10. **Organizzazione dell'evento inaugurale,** comprensivo delle attività di accoglienza al pubblico, allestimento della sala individuata sala con sedie e service (ove necessario) nonché con roll-up o totem e con un backdrop per interviste, acquisizione di ogni autorizzazione e certificazione prevista dalla normativa vigente per lo svolgimento dell'iniziativa stessa.

A conclusione della prestazione, l'affidatario dovrà consegnare agli Uffici competenti del Comune di Napoli:

1. La **rassegna stampa**, comprensiva dei contributi apparsi su testate radiotelevisive e media digitali.
2. Un **report conclusivo** relativo alle attività svolte, con particolare riferimento alla campagna di comunicazione posta in essere, contenente una valutazione dei risultati conseguiti.

Si precisa che:

1. Per quanto concerne l'attività di ufficio stampa, l'Affidatario dovrà operare in stretta collaborazione con l'Ufficio stampa del Comune di Napoli e con il Portavoce del Sindaco, per definire preventivamente le modalità di organizzazione della conferenza stampa (data, luogo e partecipanti), nonché il contenuto del comunicato stampa e la tempistica dell'invio. Dovrà altresì operare in stretta collaborazione con l'artista e con il curatore per quanto di competenza.
2. Per quanto concerne la comunicazione social delle iniziative, l'affidatario dovrà operare in stretta collaborazione con il Servizio Comunicazione e Portale Web del Comune di Napoli affinché i contenuti possano essere veicolati attraverso i canali dell'Amministrazione. Andranno prevalentemente utilizzate le pagine Facebook "Comune di Napoli" e "Cultura Comune di Napoli" e gli account Instagram "comunedinapoli" e "culturadanapoli". In relazione alla tipologia di contenuti, agli eventi o alle iniziative da realizzare, potranno essere utilizzati anche gli altri canali ufficiali del Comune (Twitter, LinkedIn, YouTube, Telegram e la WebTv). La pubblicazione dei contenuti (organici o sponsorizzati) sui canali istituzionali avverrà attraverso concessione dell'accesso alle pagine Facebook in qualità di amministratore e consegna delle credenziali di accesso degli account Instagram (nome utente e password), per il tempo necessario alla realizzazione delle attività di comunicazione oggetto del contratto.
3. Con specifico riferimento alle campagne di sponsorizzazione, si sottolinea che la realizzazione delle stesse sarà a cura e spese dell'Affidatario, che dovrà darne preventiva e dettagliata comunicazione ai referenti dell'Amministrazione e provvederà a creare un account pubblicitario dedicato. Al termine della campagna l'Affidatario fornirà al Comune di Napoli i giustificativi completi e dettagliati delle attività pubblicitarie realizzate.
4. Tutto il materiale di comunicazione, digitale e cartaceo, dovrà prevedere l'inserimento del logo istituzionale del Comune di Napoli-Cultura, nonché del logo della Direzione Generale Creatività Contemporanea del Ministero della Cultura e del logo di "PAC2021 - Piano per l'Arte Contemporanea" nel pieno rispetto delle caratteristiche grafiche e cromatiche istituzionali. I loghi dovranno essere accompagnati dalla dicitura "Il progetto è vincitore del PAC2021 - Piano per l'Arte

Contemporanea, promosso dalla Direzione Generale Creatività Contemporanea del Ministero della Cultura”.

5. Tutto il materiale di comunicazione, digitale e cartaceo, che preveda l’inserimento di immagini dell’opera, dovrà riportare didascalia e courtesy nelle modalità concordate con l’artista.
6. Tutto il materiale video e/o fotografico raccolto e/o realizzato dall’Affidatario per la comunicazione e promozione dell’opera dovrà essere trasmesso all’Amministrazione comunale. Con la trasmissione si intende concessa al Comune di Napoli, alla Direzione Generale Creatività Contemporanea del Ministero della Cultura, la relativa liberatoria d’uso, a titolo gratuito, senza limiti di tempo, di spazio, di luogo o di modalità ed anche per il tramite eventuale di soggetti terzi, anche ai sensi degli artt. 10 e 320 cod. civ. e degli artt. 96 e 97 legge 22.4.1941, n. 633, Legge sul diritto d’autore, l’autorizzazione all’uso, alla pubblicazione e alla diffusione delle suddette immagini in qualsiasi forma e con qualsiasi mezzo (a titolo esemplificativo e non esaustivo: tramite pubblicazione sui portali web e/o i canali social dell’Amministrazione, tramite trasmissione a testate giornalistiche digitali o cartacee, tramite utilizzo delle stesse nell’ambito di pubblicazioni o progetti editoriali), nonché alla conservazione delle stesse negli archivi informatici del Comune di Napoli e della Direzione Generale Creatività Contemporanea del MiC. L’Affidatario si impegna a tenere manlevato e indenne il Comune di Napoli e il MiC da ogni pretesa di terzi relativa ai suindicati materiali.
7. Ad ulteriore garanzia di quanto già indicato ai punti 4 e 6, l’affidatario, nello svolgimento del servizio si impegna a rispettare le LINEE GUIDA ALLA COMUNICAZIONE E PROMOZIONE “PAC2021 - Piano per l’Arte Contemporanea” (Allegato B).
8. All’affidatario non sarà richiesto di sostenere costi per gli spazi per affissioni, dato che verranno utilizzati esclusivamente impianti di proprietà del Comune di Napoli.
9. Tutti gli elaborati grafici (loghi, card, visual, ecc.) e testuali (hashtag, copy, ecc.) utilizzati per le attività di comunicazione dovranno rispettare la *social media policy* del Comune di Napoli (disponibile su www.comune.napoli.it/socialmediapolicy). Non saranno in nessun caso ammessi messaggi: a qualsiasi titolo illeciti, contrari a norme imperative, all’ordine pubblico, alla pubblica decenza o al decoro dell’Istituzione; aventi ad oggetto propaganda di natura politica, sindacale o religiosa; che risultino in qualsivoglia modo offensivi e/o discriminatori o dai quali possa derivare un possibile pregiudizio o danno all’immagine o alle attività del Comune di Napoli.
10. L’affidatario è responsabile diretto ed esclusivo della sicurezza e corretta gestione dei profili social istituzionali concessi per il tempo necessario alla realizzazione delle attività di comunicazione oggetto del contratto nonché di ogni contenuto pubblicato che non sia stato preventivamente concordato con gli Uffici competenti dell’Amministrazione.

Napoli, li 31/07/2023

Il Responsabile Area Cultura
dott. Massimo Pacifico