



2024/99 prot

Arezzo, 29/05/2024

**Indagine di mercato per l'individuazione tramite affidamento diretto di un'agenzia di mediamarketing per l'evento "Arezzo. La città di Vasari"**

Premesso:

- che con deliberazione del C.C. di Arezzo n 20 del 23/2/2018 si approvava la costituzione della Fondazione di partecipazione denominata "Fondazione Arezzo Intour" nonché lo statuto e lo schema di convenzione disciplinante i rapporti tra Comune di Arezzo e la Fondazione medesima;
- che la Fondazione Arezzo Intour nasce per gestire e promuovere la destinazione AREZZO con azioni di regia e di governance del territorio e di destination marketing e sviluppare servizi di miglioramento dell'informazione, dell'accoglienza e in generale servizi legati al turismo e qualsiasi attività che sia finalizzata alla valorizzazione della destinazione Arezzo;
- che da maggio 2024 a febbraio 2025 verrà organizzato il progetto "Arezzo. La città di Vasari", un percorso nella città di origine di Vasari, articolato in 10 mostre, tra opere monumentali e documenti rari, valorizzati in nuovi allestimenti tematici, oltre a una grande esposizione internazionale;
- che nell'ambito delle proprie finalità la Fondazione Arezzo Intour collabora alla realizzazione di queste attività;
- che l'iniziativa è promossa e organizzata da Comune di Arezzo, Fondazione CR Firenze con Fondazione Guido D'Arezzo, in collaborazione con Direzione regionale musei della Toscana del Ministero della Cultura,



Gallerie degli Uffizi, con la curatela del comitato scientifico presieduto da Carlo Sisi nell'ambito delle celebrazioni per l'Anno Vasariano; sono inoltre partner dell'iniziativa Archivio di Stato di Arezzo, Diocesi di Arezzo, Cortona e Sansepolcro, Biblioteca Città di Arezzo, Fraternita dei Laici di Arezzo, Fondazione Arezzo Intour. Progetto grafico a cura di Wml design.

- che FGA dà mandato a FAI di individuare e formalizzare indicativamente entro il 15/06/2024 la media partnership con primario gruppo editoriale italiano, operante nei settori dei media stampati, pubblicitari, digitali e televisivi, partendo dalla proposta spontaneamente avanzata dallo stesso gruppo editoriale.
- che a tal fine si rende necessaria, data la rilevanza dell'evento, organizzare la comunicazione e promozione a livello nazionale;

Pertanto, si rende noto:

- che la Fondazione Arezzo Intour, con il presente avviso, pubblicato sul proprio sito istituzionale nella HOME PAGE, intende espletare una indagine di mercato per manifestazione di interesse al fine di individuare un media partner nazionale per la comunicazione dell'evento;
- che L'obiettivo è quello di stipulare una partnership con un'agenzia pubblicitaria e/o un gruppo editoriale di rilievo nazionale che possa garantire un'adeguata copertura mediatica e visibilità per la promozione dell'evento sul territorio italiano.
- che i requisiti richiesti per il media partner includono:
  - Comprovata esperienza nella realizzazione di campagne di comunicazione e pubblicità a livello nazionale ;



- Capacità di sviluppare strategie di marketing integrate attraverso diversi canali (stampa, tv, radio, web, social media);
- Disponibilità a concordare un piano promozionale ad hoc per l'evento in questione;
- Possibilità di sfruttare sinergie e collaborazioni con testate giornalistiche, emittenti televisive nazionali e altri mezzi di comunicazione di massa;

Le agenzie e i gruppi editoriali interessati sono invitati a manifestare il proprio interesse inviando una presentazione della propria realtà aziendale e dell'offerta di partnership.

Le proposte pervenute saranno valutate dalla Fondazione Arezzo Intour, che si riserva la facoltà di richiedere eventuali integrazioni e di concordare gli aspetti operativi e contrattuali della partnership.

La media partnership avrà ad oggetto la promozione di "Arezzo Città del Vasari" e della mostra su Vasari attraverso un progetto cross-mediale che sfrutterà le diverse piattaforme editoriali, come definito nella proposta allegata al presente accordo:

- Le attività di cross-media, anche chiamate cross-mediali, indicano una strategia di comunicazione che utilizza e integra diversi canali e piattaforme mediali in modo complementare, al fine di raggiungere e coinvolgere il pubblico di riferimento in modo più efficace ed esauriente.
- Il cross-media implica la distribuzione coordinata di contenuti e messaggi su molteplici piattaforme, quali stampa, televisione,



radio, internet, social media, eventi dal vivo, dispositivi mobili ecc. Questi canali vengono utilizzati in sinergia, sfruttando le potenzialità specifiche di ciascuno di essi, per amplificare la diffusione del messaggio e massimizzare l'impatto comunicativo.

- Lo scopo delle attività cross-mediali è creare un'esperienza di fruizione immersiva e coinvolgente per il pubblico, che può così interagire con i contenuti attraverso diversi sistemi di engagement e in momenti differenti. I vari canali mediali si rafforzano a vicenda, offrendo prospettive complementari e approfondimenti aggiuntivi sullo stesso tema o prodotto.
- Le campagne cross-media richiedono un'accurata pianificazione e coordinamento dell'utilizzo dei diversi media, per garantire coerenza e integrazione dei messaggi veicolati su ciascuna piattaforma. Questo approccio consente di raggiungere il target di riferimento in modo capillare, sfruttando le abitudini e le preferenze di consumo mediale degli utenti.
- Il progetto dovrà prevedere in particolare:
  - Utilizzo integrato di molteplici canali e piattaforme mediali (stampa, televisione, radio, internet, social media, eventi dal vivo, dispositivi mobili, ecc.);
  - Distribuzione coordinata e coerente di contenuti e messaggi sui diversi media;
  - Sfruttamento delle potenzialità specifiche di ciascun canale mediale;
  - Creazione di un'esperienza di fruizione immersiva e coinvolgente per il pubblico;



- Possibilità per il pubblico di interagire con i contenuti attraverso diversi touchpoint;
  - Complementarietà e rafforzamento reciproco dei messaggi veicolati su ogni piattaforma;
  - Approfondimenti aggiuntivi sul medesimo tema o prodotto attraverso le diverse piattaforme;
  - Pianificazione accurata e coordinamento dell'utilizzo dei vari media;
  - Coerenza e integrazione dei messaggi su ciascuna piattaforma;
  - Raggiungimento capillare del target di riferimento sfruttando abitudini e preferenze di consumo mediale;
  - Momenti esperienziali e di valorizzazione dei temi cari alle fondazioni.
- Per il suddetto progetto cross-mediale:
    - La Fondazione Arezzo Intour finanzia un importo di 68.000€ per la promozione della iniziativa "Arezzo Città del Vasari"
    - La Fondazione Guido d'Arezzo finanzia con un importo di 68.000€ per la promozione della mostra su Vasari organizzata dalla stessa Fondazione, che avrà inizio il 30 ottobre p.v. presso la Galleria d'Arte Contemporanea.
  - resta inteso che il progetto di cui al presente accordo viene condiviso e le azioni conseguenti saranno condivise dalle due fondazioni con le modalità che saranno individuate tra le due direzioni.
  - che le imprese interessate **potranno presentare manifestazione di interesse attraverso mail a [arezzointour@pec.it](mailto:arezzointour@pec.it) it entro il Lunedì 17 giugno 2024 ore 18** allegando proposta progettuale e tutta la



documentazione utile a dimostrare le potenzialità delle attività di comunicazione;

- domande e quesiti sul bando possono essere rivolte solo per iscritto alla mail [info@arezzointour.it](mailto:info@arezzointour.it) inserendo nell'oggetto " Indagine di mercato per l'individuazione tramite affidamento diretto di un'agenzia di mediamarketing per l'evento "Arezzo. La città di Vasari"

Si precisa che:

- L'individuazione del progetto sarà svolta dal RUP della procedura Dott. Rodolfo Ademollo coadiuvato e in collaborazione con il direttore della Fondazione Guido di Arezzo Dott. Lorenzo Cinatti. I partecipanti alla procedura dovranno essere iscritti al MEPA già all'atto dell'invio della proposta economica nella categoria idonea a prestare tale servizio.
- La procedura non è una gara formale, ma un affidamento diretto a carattere negoziale, in cui possono essere richieste integrazioni e possono essere avviate trattative dirette con i potenziali fornitori.
- L'affidamento sarà valutato discrezionalmente dal Responsabile del Procedimento, tenendo in considerazione il progetto nel suo complesso, la qualità delle azioni proposte, il profilo della società proponente e il budget presentato.
- Il budget è di 136.000€ oltre IVA, coerentemente con i limiti previsti per gli affidamenti diretti. Si tratta di un affidamento diretto di natura negoziale, in cui l'ente manterrà un ampio margine di valutazione discrezionale sulle proposte ricevute, al fine di selezionare quella più idonea e conveniente per il perseguimento degli obiettivi progettuali



prefissati.

- Nella valutazione qualitativa del progetto proposto, la Fondazione Arezzo Intour si riserva di valutare attentamente la coerenza tra il budget economico previsto e i risultati attesi dalla campagna di comunicazione, onere che sarà a carico del proponente.
- Nello specifico, il progetto dovrà contenere i principali KPI (Key Performance Indicator) di marketing che verranno utilizzati per misurare il raggiungimento degli obiettivi prefissati. Tali KPI consentiranno di valutare la coerenza economica tra il budget messo a disposizione dalla Fondazione e i risultati attesi proposti dal media partner.
- Nel caso in cui il progetto risultasse vincitore ma non raggiungesse i risultati attesi in termini di KPI, la Fondazione si riserva la facoltà di proporre una riduzione dell'affidamento economico complessivo.
- Viceversa, qualora la Fondazione valutasse una coerenza economica soddisfacente tra risultati attesi e progetto presentato, sarà comunque prevista una quota pari al 20% dell'importo complessivo che verrà corrisposta solo a seguito della rendicontazione dei risultati effettivamente raggiunti e misurati attraverso i KPI concordati.
- In questo modo, viene esplicitato che la valutazione terrà conto non solo della qualità del progetto, ma anche della coerenza tra investimento economico previsto e risultati attesi, misurati attraverso specifici KPI di marketing. Ciò garantisce un maggiore allineamento tra le aspettative



della Fondazione e le proposte dei media partner, tutelando gli interessi di entrambe le parti.

- La procedura sarà pubblicata sui siti [www.arezointour.it](http://www.arezointour.it) e [www.fondazioneguidodarezzo.com](http://www.fondazioneguidodarezzo.com) inoltre sarà pubblicato anche presso l'albo pretorio del Comune di Arezzo fino al 17 giugno 2024 e successivamente l'affidamento sarà perfezionato tramite MEPA.

Il Dirigente Dott. ~~Roberto~~ Ademollo