



REGIONE ABRUZZO - GIUNTA REGIONALE

**DIREZIONE SVILUPPO ECONOMICO E DEL TURISMO
SERVIZIO INFORMAZIONE ED ACCOGLIENZA TURISTICA**

CAPITOLATO TECNICO

AFFIDAMENTO DI SERVIZI PER L'ORGANIZZAZIONE DI ATTIVITA' DI SOCIAL MEDIA MARKETING IN FAVORE DELLE AREE MONTANE ABRUZZESI NEI MERCATI OBIETTIVI.

CIG N. 5292957E47

CUP N. C29D13000090006

1.PREMESSA

Il web ha profondamente cambiato le modalità tecniche, relazionali ed operative del settore viaggi e turismo.

La caratteristica legata alla diffusione dello strumento (oltre 28 milioni di italiani utilizzano il web, in media per un'ora e mezza al giorno), alla condivisione dei contenuti, all'amplificazione dei messaggi e all'alto grado di influenzabilità tra gli utenti, ha portato ad una maggior consapevolezza che il web e le tecniche di marketing digitale siano fondamentali per poter intercettare target qualificato e comunicare elementi valoriali ed emozionali del prodotto turistico di una Destinazione Turistica e stimolarne l'acquisto e il riacquisto.

Il Servizio Informazione e Accoglienza Turistica della Direzione Sviluppo Economico e del Turismo della Regione Abruzzo si prefigge lo scopo, attraverso il presente documento, di descrivere e definire le modalità e le condizioni richieste nell'ambito dell'affidamento del servizio di "mantenimento e sviluppo" dell'attività di comunicazione, web e social media marketing finalizzata alla promozione dell'immagine della Destinazione Turistica Abruzzo, con particolare riferimento ai territori di montagna, definendo nel dettaglio, tra gli altri, i livelli di servizio, i modelli organizzativi ed operativi di pubblicazione ed aggiornamento dei contenuti, i flussi operativi, i piani di intervento e quanto altro ritenuto necessario a ben esplicare l'azione effettuata sugli "spazi web presidiati".

Gli obiettivi che la Regione Abruzzo intende raggiungere con il presente intervento sono:

- incrementare le presenze turistiche nel territorio montano dell'Abruzzo contribuendo alla destagionalizzazione dei flussi turistici;
- incrementare il coinvolgimento delle comunità, degli stakeholders del segmento turistico locale e dei turisti verso i comprensori d'Abruzzo dedicati al turismo montano, favorire la creazione di una comunità interessata;
- comunicare e promuovere, ascoltare, conoscere il "sentiment", migliorare la "reputation" e quindi meglio posizionare, sul mercato, la Destinazione Abruzzo, con particolare riferimento al territorio montano, nel target di riferimento e in accordo con la strategia di marketing stabilita;
- aumentare la user's base del web-network di comunicazione/promozione turistica, costituita anche da "fan e follower" mediante una crescita organica del numero degli stessi;
- aumentare la visibilità e la qualificazione dell'immagine on line del territorio regionale in Italia e all'estero su una serie di paesi target;
- sviluppare una rete di informazione ed accoglienza turistica di tipo "web 2.0".

Il Target fondamentale di questa attività è costituito da viaggiatori, sportivi e famiglie su tutto il territorio italiano e dei Paesi europei obiettivo della Destinazione Turistica Abruzzo, amanti della montagna e turisti interessati a vacanze montane e short break; età del target: giovani e adulti.

In considerazione che le attività promozionali dovranno essere svolte per lo sviluppo di una destinazione turistica effettuata da un Ente Pubblico, quale la Regione Abruzzo – Direzione Sviluppo Economico e del Turismo - Servizio Informazione e Accoglienza Turistica-, ciascuna ditta partecipante dovrà presentare una proposta tecnico-progettuale e documentare la propria esperienza professionale sotto il profilo quantitativo/qualitativo, con presentazione di un elenco contenente i principali servizi/forniture realizzati comprovante le seguenti competenze:

- social media marketing per la promozione di territori svolti in favore di Enti pubblici, Enti di promozione turistica, nazionali, regionali e/o territoriali, in ambito nazionale ed internazionale, anche con riferimento a destinazioni turistiche con caratteristiche simili a quelle della Regione Abruzzo;
- utilizzo avanzato dei social network, dei travel blogs e animazione delle communities in rete;
- esperienze lavorative nel settore travel&tourism on line;
- esperienza nel buzz, word of mouth e social media marketing;
- esperienza in ambito di web marketing e web advertising;

- produzione di contenuti efficaci e appropriati, attraverso i linguaggi e tono di voce specifici di ogni ambito social media e digital media;
- conoscenza di concetti e tecniche relative all'interazione utente e alle architetture dell'informazione;
- esperienza nella ideazione, progettazione ed implementazione di progetti e sistemi ICT complessi;
- dotazione nel proprio organico di significative competenze in ambito ICT;
- gestione degli aspetti legali e contrattuali connessi alle azioni web 2.0 che si andranno a intraprendere.

2. OGGETTO E FINALITA' DEL SERVIZIO

L'incarico del presente bando consiste nell'affidamento del servizio di: **progettazione, elaborazione ed implementazione di una strategia di social media marketing 2.0** (inteso nel senso più ampio possibile, in termini di social media, social networking, web advertising etc... etc..) per la promozione turistica della destinazione Abruzzo nel mercato Italia e internazionale, **presidio mantenimento e sviluppo del network di comunicazione integrato** (come specificato nell'apposito paragrafo 5 "Il contesto di riferimento"), anche attraverso la **fornitura di un servizio di redazione web** per il tramite di un "web social team internazionale" appositamente messo a disposizione dall'aggiudicatario.

Nel dettaglio l'aggiudicatario dovrà predisporre una proposta tecnico-progettuale in cui illustrerà la propria visione progettuale e modalità di esecuzione riguardo le seguenti **azioni**:

1. progettazione, implementazione e sviluppo di campagne di web social media marketing italiane ed estere sui mercati di riferimento della destinazione Abruzzo al fine di promuovere e valorizzare il brand della Destinazione Abruzzo;
2. realizzazione di campagne di advertising sui social media (**almeno il 30% del budget afferente al presente bando di gara dovrà obbligatoriamente essere assegnato in azioni di advertising**);
3. realizzazione di almeno num.3 (tre) report di sentiment analysis effettuati con strumenti innovativi – uno iniziale, uno di medio termine e l'ultimo di fine periodo- al fine di conseguire una costante azione di listening (pre-strategia, in itinere e come follow up) e di tracciamento delle conversazioni on line riguardanti il turismo in Abruzzo. Detti report riguarderanno i principali siti, forum, wiki, blog di ambito turistico e ogni altro mezzo di comunicazione online, sulla materia, ritenuto opportuno per le finalità da raggiungere;
4. presidio, mantenimento ed animazione dell'intero web social network esistente di promozione turistica della destinazione Abruzzo –per i dettagli riguardo la piattaforma, si veda il paragrafo 5. "Il contesto di riferimento" del presente documento, indicando modalità di attuazione e relativi SLA-Service Level Agreements che saranno garantiti dall'aggiudicataria per tutta la durata del periodo di servizio nell'ambito dello svolgimento del servizio, esplicitando le migliori e corrette modalità operative per l'attuazione di questo intervento (indicando, a titolo non esaustivo, il numero minimo di post giornalieri garantito per canale – giorni festivi inclusi o meno-, il tempo medio di attesa per fornire risposta ad un quesito proveniente dalla user's base, modalità previste per la moderazione dei contenuti etc... etc...) prevedendo, ove ritenuto opportuno, anche la creazione di specifici TAB e/o microapplicazioni software che interfaccino i profili social attivi, nonché la creazione ed il mantenimento di nuove identità della destinazione Abruzzo in eventuali nuovi social network turisticamente rilevanti, che dovessero affermarsi anche nel corso del periodo di servizio – vedasi paragrafo 4. Adaptive Management;
5. predisposizione e/o messa a disposizione di almeno una piattaforma informatica di groupware di supporto all'attività di redazione web necessaria per le azioni web 2.0 previste in strategia e di relazione con i referenti della Stazione Appaltante dedicati al presente progetto di comunicazione web;
6. realizzazione di iniziative di formazione-informazione rivolte agli stakeholders - Enti Locali, Pro Loco, Associazioni di Categoria e Strutture Ricettive- del territorio regionale

per diffondere la cultura dell'utilizzo degli strumenti "web 2.0" e per avviare un modello operativo redazionale, sotto il coordinamento della Regione Abruzzo, di collaborazione tra tutti gli attori del segmento turistico regionale, per rafforzare l'efficacia della promozione turistica delle destinazioni locali attraverso la forza comunicativa del brand Abruzzo;

7. training/affiancamento on the job al team di redazione web regionale in ordine al corretto uso degli strumenti web 2.0 (social network, dei travel blogs, social media) individuati nel progetto presentato;
8. gestione degli aspetti legali e contrattuali connessi alle azioni web 2.0 che si andranno a intraprendere, con relativo parere di avallo all'iniziativa, ove la stazione appaltante richieda siffatto parere preliminarmente all'attuazione dell'iniziativa stessa;
9. al fine di monitorare e verificare anche l'efficacia delle iniziative intraprese sul web, per tutto il periodo del servizio del presente appalto, la ditta aggiudicataria dovrà effettuare, su apposita applicativo software messo a disposizione della Regione Abruzzo, l'inserimento dei dati relativi agli arrivi turistici comunicati in formato elettronico e/o cartaceo tramite modello ISTAT C59 dalle strutture ricettive (alberghi, campeggi, B&B etc... etc). La ditta aggiudicataria, nell'espletamento della presente attività, dovrà rispettare le scadenze mensili previste dalla normativa vigente riguardo le comunicazioni mensili all'ISTAT (L.R.n.11 del 26.01.1993 e s.m.i.). Al fine della valutazione dell'impegno necessario all'espletamento dell'attività in questione, si comunica che il totale complessivo degli arrivi di turisti per le zone da monitorare si è attestato, nell'arco dell'anno 2012, su ca. 640.000 unità e che le strutture ricettive che trasmettono, in forma cartacea e/o elettronica i dati in questione, sono ca. 700. L'attività di inserimento dati potrà eventualmente essere effettuata anche in sedi esterne agli uffici della regione Abruzzo, previa acquisizione dei modelli cartacei che perverranno mensilmente presso gli uffici regionali di Pescara e Chieti;
10. attività di traduzione in lingua inglese e inserimento nel CMS di backend del sito istituzionale <http://conoscere.abruzzoturismo.it> relativamente agli eventi e manifestazioni inserite quotidianamente, in lingua italiana, a cura del team di redazione web regionale, per il connesso funzionamento sull'APP già esistente, bilingue, denominata "Abruzzo Events".

3. CARATTERISTICHE RICHIESTE

Il servizio si compone, indicativamente, delle attività illustrate nei punti da 1 a 10 del paragrafo 2. "Oggetto e finalità del servizio".

Dovrà inoltre essere descritta la metodologia ed il flusso operativo per garantire l'organizzazione di una o più modalità di coordinamento diretto con i referenti tecnici del progetto che, nel rispetto dei principi di efficacia e efficienza, preveda costanti contatti e colloqui con i referenti della Regione Abruzzo, finalizzati a un monitoraggio continuo delle attività in essere ed anche per la diffusione di conoscenza organizzativa e di contenuti.

4. ADAPTIVE MANAGEMENT

In considerazione della mutevolezza che caratterizza l'ambiente Internet, con particolare riferimento ai social media e social network, si rende necessaria una costante e continua valutazione delle opportunità, degli scenari e dei mercati che possono essere oggetto di interesse per il sistema turistico regionale dell'Abruzzo.

A tal fine, dunque, si richiede che la proposta tecnico-progettuale contempli anche l'elaborazione e la presentazione di un piano di adeguamento adattivo e innovativo (adaptive management) riferito agli eventuali cambiamenti possibili in ambito Internet in generale e di social media e social network in particolare che, nell'ambito delle opportunità individuate e proposte dal committente, renda attuabile l'adattamento strategico del servizio.

5. IL CONTESTO DI RIFERIMENTO

Le attività relative al presente avviso sono attuate nell'ambito del Fondi POR FESR Abruzzo 2007 – 2013 Asse IV Attività 2.1.b) "Valorizzazione dei territori di montagna – Marketing, promozione e pubblicità" – Scheda di dettaglio "organizzazione di attività di advertising, web

marketing e social media marketing in favore delle aree montane abruzzesi nei mercati obiettivo”.

La Stazione Appaltante utilizza il un nuovo claim per la valorizzazione del proprio brand: “Abruzzo, naturalmente tuo” per il mercato italiano e “Abruzzo, made in nature, made in Italy” per i mercati esteri.

Le creatività che dovranno ispirare le diverse iniziative e campagne di web sociale advertising non possono prescindere dal concept sotteso al claim e dovranno esser svolte di concerto con le iniziative e le campagne di promozione attuate dal Servizio Marketing della Direzione Sviluppo Economico e del Turismo.

Sempre nell’ambito delle attività dei Piani POR FESR 2007-2013 Asse VI, è in atto un’attività di Advertising declinata nelle diverse e più corrette forme oggi praticabili nel settore; dette attività sono già in essere e lo saranno nel corso corrente anno e dell’anno 2014 con altre linee di finanziamento non incluse nell’importo della presente gara.

Servizi Analoghi

Nell’ambito delle attività di promozione previste dall’Asse IV attività 2.1. b) “valorizzazione dei territori di montagna – marketing- promozione e pubblicità”, scheda di dettaglio progettuale per la “organizzazione di attività di advertising, web marketing e social media marketing in favore delle aree montane abruzzesi nei mercati obiettivo” – attività n. 3.4 “web”, la stazione appaltante potrà eventualmente e successivamente destinare l’importo ulteriore, e fino ad un massimo di €50.000,00 (euro cinquantamila/00) per servizi analoghi da realizzarsi conformemente alle indicazioni progettuali stabilite nelle azioni 1) 2) e 4) del paragrafo 2. “Oggetto e finalità del servizio” del presente capitolato tecnico e/o conformi a quelli oggetto della scheda progettuale di dettaglio sopra indicata.

5.1 I SISTEMI HARDWARE

La Regione Abruzzo dispone di una web farm in cui sono ubicati i web server sui quali sono installati gli “Spazi Web Ufficiali”, i siti Internet istituzionali di promozione turistica della Destinazione Abruzzo, così come descritto nei successivi paragrafi.

5.2 SPAZI WEB UFFICIALI

Sono i siti Internet istituzionali sotto il diretto controllo della Regione Abruzzo:

www.abruzzoturismo.it sito istituzionale con sezioni dedicate a Operatori di Settore e stampa;

conoscere.abruzzoturismo.it sito istituzionale multiprodotto per i turisti;

neve.abruzzoturismo.it sito istituzionale prodotto montagna invernale per i turisti;

www.abruzzosnowlife.com (.it/.net/.org/.info) blog del prodotto montagna invernale per turisti ed appassionati;

www.visitabruzzo.co.uk minisito istituzionale per il mercato Gran Bretagna;

www.besuchabruzzo.de e **www.visitabruzzo.de** minisito istituzionale per il mercato Germania;

www.bezoekabruzzo.nl e **www.visitabruzzo.nl** minisito istituzionale per il mercato Olanda;

www.visitabruzzo.fr e **www.visitabruzzo.fr** minisito istituzionale per il mercato Francia;

www.visitabruzzo.no minisito istituzionale per il mercato Norvegia;

www.visitabruzzo.se minisito istituzionale per il mercato Svezia.

5.3 SPAZI WEB SEMI-UFFICIALI

Canali Social attivi:

Instagram <http://instagram.com/yourabruzzo>

Youtube <http://www.youtube.com/user/abruzzoturismo/videos>

Foursquare <https://it.foursquare.com/yourabruzzo>

Pinterest Yourabruzzo <http://pinterest.com/yourabruzzo/>

Tumblr Visitabruzzo <http://visitabruzzo.tumblr.com/>

Issuu aptrdepliant <http://issuu.com/aptrdepliant>

LINGUA ITALIANA canali social attivi:

Facebook Visit Abruzzo <https://www.facebook.com/visit.abruzzo>

Twitter @Yourabruzzo <https://twitter.com/YourAbruzzo>

Google+ Yourabruzzo <https://plus.google.com/u/0/112181104363567353024/posts>

LINGUA INGLESE canali social attivi:

Facebook Your Abruzzo <https://www.facebook.com/visitabruzzo.co.uk>

Twitter @VisitAbruzzo_uk https://twitter.com/VisitAbruzzo_uk

LINGUA OLANDESE canali social attivi:

Facebook Bezoek Abruzzo <https://www.facebook.com/visitabruzzo.nl>

Twitter @VisitAbruzzo_nl https://twitter.com/VisitAbruzzo_nl

Hyves | Bezoek Abruzzo <http://bezoekabruzzo.hyves.nl/>

LINGUA FRANCESE canali social attivi:

Facebook Visitez les Abruzzes <https://www.facebook.com/visitabruzzo.fr>

Twitter @VisitAbruzzo_fr https://twitter.com/VisitAbruzzo_fr

Netlog Visitez les Abruzzes http://fr.netlog.com/visitez_les_Abruzzes

Skyrock Visitez les Abruzzes <http://visitez-les-abruzzes.skyrock.com/profil>

LINGUA TEDESCA canali social attivi:

Facebook Besuch Abruzzo <https://www.facebook.com/visitabruzzo.de>

Twitter @VisitAbruzzo_de https://twitter.com/VisitAbruzzo_de

StudiVZ Besuch Abruzzo

http://www.studivz.net/Profile/IPZEZtTxD_Q4rFSUr2MybVaTQvPJU147Zvo6jCopF1w/tid/102

Wer Kennt Wen <http://www.wer-kennt-wen.de/person/tssz7ak6>

Sono state inoltre REALIZZATE le seguenti Applicazioni per smartphone:

- market Apple e Android, applicazione **"Ski Abruzzo"** relativa al mondo della neve abruzzese, in cui è possibile ricevere informazioni dettagliate su Località, Impianti, Mappe e Piste e servizi turistici;
- market Apple e Android, applicazione **"Abruzzo Events"** relativa agli eventi e manifestazioni che si svolgono in Abruzzo;
- market Apple e Android, applicazione **"Raillocal"** (in fase di rilascio ufficiale), ecosistema basato su un portale web e applicazioni Mobile, che ha l'obiettivo di migliorare la conoscenza e la fruizione turistica della Destinazione Turistica Abruzzo, integrando informazioni turistiche istituzionali con contenuti multimediali UCG e con filmati provenienti dalla teca RAI (<http://www.raillocal.rai.it>).

5.4 REDAZIONE WEB

Il Servizio Informazione ed Accoglienza Turistica della Direzione Sviluppo Economico e del Turismo della Regione Abruzzo ha costituito un proprio team, composto da personale di ruolo regionale, che provvede quotidianamente all'inserimento/aggiornamento dei contenuti sugli spazi web ufficiali descritti in precedenza (i soli portali istituzionali). Detti contenuti contribuiscono attualmente all'alimentazione delle informazioni "postate" sugli "spazi semi-ufficiali", previa moderazione dell'attuale amministratore del canale social; detti contenuti saranno di supporto alle attività redazionali del "web social team" messo a disposizione dall'aggiudicatario.

6. MERCATI DI RIFERIMENTO DEL PRESENTE BANDO

I Paesi che sono oggetto della presente azione sono essenzialmente : Italia – Germania – Olanda – Gran Bretagna – Francia - Svezia – Norvegia.

7. RAPPORTO DI AFFIANCAMENTO E COORDINAMENTO CON REGIONE ABRUZZO E GRUPPO DI LAVORO

Il contraente dovrà operare a stretto contatto con i referenti regionali, condividendo strategie

e operatività e dando seguito ad attività necessarie all'effettuazione della strategia web 2.0 condivisa ed alle sue evoluzioni.

Dovranno essere previsti pertanto:

- riunioni periodiche sullo stato di avanzamento lavori;
- formazione on the job del team di redazione web regionale, in ordine alle tecniche utilizzate, in particolare modo agli strumenti web 2.0 e alla loro interconnessione con portale, minisiti e gli altri canali di comunicazione on line della Regione;
- revisioni ed evoluzione della strategia e della sua operatività in seguito a istanze formulate dalla stazione appaltante ed a necessità evolutive dettate dal mercato di riferimento;
- Individuazione di una figura di coordinamento delle attività di progetto.

L'offerta dovrà contenere la descrizione del Gruppo di lavoro, attraverso l'esposizione articolata e dettagliata:

- dell'approccio metodologico proposto per l'organizzazione del servizio, con particolare riferimento alla descrizione che l'offerente intende applicare durante l'esecuzione del contratto;
- della composizione del gruppo di lavoro con l'indicazione del numero e la descrizione delle singole professionalità (nel rispetto di quanto indicato all'art.2 del presente documento) e, per ognuna di esse, delle esperienze (massimo 3) unitamente ad una dichiarazione di impegno del medesimo a prestare la propria attività per i servizi oggetto dell'appalto (con particolare riferimento ai **servizi di punta**) con allegata copia di documento d'identità valido dell'eventuale sottoscrittore individuato, con l'indicazione del responsabile e del ruolo di ognuno particolarmente per quanto attiene ai settori di social media marketing e comunicazione pubblicitaria;
- del modello organizzativo (struttura organizzativa e del sistema dei ruoli) che si intende adottare per realizzare le attività previste nel capitolato tecnico con l'indicazione delle funzioni svolte dalle singole figure professionali all'interno del Gruppo di lavoro e le modalità di utilizzo delle stesse per lo svolgimento di ogni singola prestazione individuata nell'art. 2 del capitolato tecnico;
- delle modalità di contatto del gruppo di lavoro e/o delle figure professionali con la Stazione Appaltante.

La composizione del gruppo di lavoro non potrà essere modificata in tempi successivi alla sua prima presentazione se non con il consenso esplicito e formale della Direzione Sviluppo Economico e del Turismo – Servizio Informazione e Accoglienza Turistica.

In caso di figure non ancora individuate indicare il profilo dettagliato della figura professionale che sarà utilizzato.

Verrà attribuito un maggior punteggio a coloro che indicano persone di riferimento rispetto a coloro che indicano mere figure professionali ancora da selezionare.

8. PIANO DI LAVORO

Il progetto dovrà essere corredato di un diagramma di Gantt generale, ovvero cronoprogramma allo scopo di permettere la rappresentazione grafica del calendario delle attività del progetto dando una chiara illustrazione dello stato d'avanzamento dell'incarico, specificando le azioni operative necessarie alla concretizzazione del progetto, in particolare indicando almeno gli aspetti di seguito riportati:

- Piano di lavoro con indicazione delle fasi temporali in cui si articola ogni attività e si declinano gli aspetti strategici (milestone);
- le attività informatiche ed editoriali necessarie al conseguimento di tali obiettivi;
- le azioni a supporto delle attività editoriali per ciascuna fase;
- gli indicatori specifici per ciascuna fase del progetto;
- la calendarizzazione delle riunioni operative e di controllo con i referenti tecnici della Stazione Appaltante.

Particolare attenzione dovrà essere posta alla fase di subentro nella gestione dei tutti i profili istituzionali attivi e nelle operazioni di data entry, con l'obiettivo di evitare disservizi e/o discontinuità nell'attività di comunicazione dei profili medesimi.

Per quanto riguarda l'eventuale proposta di sviluppo di (micro)applicazioni software, lo sviluppo dovrà avvenire secondo le seguenti fasi:

- a - analisi funzionale (definizione degli obiettivi dell'applicazione, individuazione dell'ambiente di sviluppo per la realizzazione, definizione delle funzionalità, individuazione delle caratteristiche di sicurezza con particolare riferimento alla normativa in materia di trattamento dei dati personali, definizione dei contenuti anche grafici e testuali, definizione delle procedure di intervento di manutenzione ed eliminazione di vizi),
- b - design dell'interazione (definizione delle modalità di interazione degli utenti della piattaforma con la piattaforma stessa),
- c - versioni alfa (versione dotata delle funzionalità essenziali),
- d - versioni beta (versione dotata di tutte le funzionalità, da collaudare e rifinire),
- e - release candidate (versione completa e funzionante, da collaudare definitivamente)
- f - versione 1.0 (versione collaudata, da destinare all'ambiente di produzione)

Conseguentemente l'offerta tecnica dovrà riportare un diagramma di Gantt con la tempistica di rilascio definitiva rispettando questa scaletta:

"La versione 1.0 sarà realizzata entro _____ settimane dall'accettazione dell'offerta.

Entro _____ settimane dall'accettazione dell'Offerta vi metteremo a disposizione l'analisi funzionale completa di design dell'interazione e la veste grafica del sito.

Entro _____ settimane dall'approvazione dell'analisi funzionale e della veste grafica dei siti e dei programmi (eventualmente modificate secondo le vostre indicazioni forniteci nella fase precedente), vi forniremo la versione alfa.

Entro _____ settimane dalla realizzazione della versione alfa vi forniremo la versione beta.

Entro _____ settimane dalla realizzazione della versione beta vi forniremo la release candidate.

Entro _____ settimane dalla realizzazione della release candidate vi forniremo la versione 1.0 completamente operativa e dotata di tutte le funzionalità e i contenuti concordati da sottoporre a collaudo di conformità."

9. DURATA

I beni ed i servizi affidati dovranno essere forniti, tenendo conto delle tempistiche connesse alle specifiche finalità cui ciascuno di essi risponde e secondo il piano di lavoro indicato nel diagramma di Gantt a decorrere dalla data di sottoscrizione per la durata di un anno solare.

10. RENDICONTAZIONE DELLE ATTIVITÀ E OBIETTIVI RAGGIUNTI

Il fornitore dovrà fornire mensilmente ai referenti tecnici della Stazione Appaltante una rendicontazione della attività svolta al fine di valutare la qualità del progetto e la crescita organica della user's base. Tale qualità dovrà essere misurata in termini di:

1. visite e utenti unici (numero di visite, pagine e contatti, fan e follower sui portali e media obiettivo delle azioni intraprese);
2. numero di azioni editoriali effettuate dal fornitore;
3. report sulle campagne di social advertising effettuate;
4. numero di reazioni suscitate in rete grazie alle azioni messe in campo dal fornitore;
5. indice di performance (divisione del punto 2 con il punto 3) che misuri quante reazioni suscita ogni azione.

11. ACQUISTO LICENZE SOFTWARE

L'acquisto di eventuali software o piattaforme informatiche che siano necessarie o di ausilio al corretto svolgimento del progetto è a carico del fornitore. L'Amministrazione si riserva di fornire al contraente precise indicazioni, vincolanti, anche in corso d'opera, relative a eventuali integrazioni e modifiche circa soggetti, località, tempistica e quant'altro è oggetto dell'appalto e che viene indicato nel presente capitolato speciale e nello schema di contratto.

Il codice sorgente le applicazioni software resteranno di proprietà della Regione Abruzzo così come tutto ciò che verrà realizzato sul network oggetto dell'affidamento.

Il costo di mantenimento e hosting annuale dei domini di cui al paragrafo 5.2 del presente documento è a carico dell'aggiudicatario ed è pari a ca. €.900,00 (euro novecento) + IVA.

La ditta aggiudicataria dovrà anche fornire le credenziali di accesso e quant'altro necessario per l'amministrazione delle pagine istituzionali e canali social oggetto del presente affidamento.

12. VINCOLI ALLA SOTTOSCRIZIONE DEL CONTRATTO

La Stazione Appaltante si riserva di procedere all'affidamento in presenza di una sola offerta valida, nonché di motivatamente sospendere, indire nuovamente o non procedere ad alcun affidamento. La partecipazione alla presente procedura di valutazione competitiva implica la rinuncia, da parte dell'offerente, a qualunque richiesta di risarcimento nei confronti dell'Amministrazione per la mancata sottoscrizione del contratto.

Il Servizio Informazione ed Accoglienza Turistica della Direzione Sviluppo Economico e del Turismo della Regione Abruzzo acquisisce la piena titolarità, nessun diritto o facoltà esclusa, di tutti i prodotti e documenti realizzati in esecuzione dell'affidamento.