

Mercato Elettronico della P.A. - Trattativa con un unico Operatore Economico

OFFERTA RELATIVA A:	
Numero Trattativa	354476
Descrizione	Campagna di Sensibilizzazione sul tema dello spreco alimentare
Tipologia di trattativa	Affidamento diretto (art. 36, c. 2, lett. A, D.Lgs. 50/2016)
CIG	Non inserito
CUP	C96F17000020002
AMMINISTRAZIONE RICHIEDENTE	
Nome Ente	REGIONE ABRUZZO
Codice Fiscale Ente	80003170661
Nome Ufficio	SERVIZIO POLITICHE PER IL BENESSERE SOCIALE
Indirizzo Ufficio	Via Leonardo Da Vinci N. 6 67100 L'AQUILA (AQ)
Telefono / FAX Ufficio	0857672741 / -
Codice univoco ufficio per Fatturazione Elettronica	
Punto Ordinante	FLORA ANTONELLI / CF:NTNFLR52P70A481Y
Firmatari del Contratto	FLORA ANTONELLI / CF:NTNFLR52P70A481Y
FORNITORE	
Ragione Sociale	ECOMOOD SNC
Partita IVA Impresa	02030500686
Codice Fiscale Impresa	02030500686
Indirizzo Sede Legale	VIA DONATO D'ARCANGELO, 3 65126 PESCARA (PE)
Telefono / Fax	0852015616 / 0852013081
PEC Registro Imprese	ECOMOOD-SNC@LEGALMAIL.IT
Tipologia impresa	Società in Nome Collettivo
Numero di Iscrizione al Registro Imprese / Nome e Nr iscrizione Albo Professionale	148004
Data di iscrizione Registro Imprese / Albo Professionale	28/11/2012 00:00
Provincia sede Registro Imprese / Albo Professionale	PE
INAIL: Codice Ditta / Sede di Competenza	19276635/16 / PESCARA
INPS: Matricola aziendale	20643896GR
Posizioni Assicurative Territoriali - P.A.T. numero	21816231/81

PEC Ufficio Agenzia Entrate competente al rilascio attestazione regolarità pagamenti imposte e tasse:	DP.PESCARA@PCE.AGENZIAENTRATE.IT
CCNL applicato / Settore	COMMERCIO / TERZIARIO
<i>Legge 136/2010: dati rilasciati dal Fornitore ai fini della tracciabilità dei flussi finanziari</i>	
SERVIZI	
IBAN Conto dedicato (L 136/2010) (*)	IT35E0200815408000102632593
Soggetti delegati ad operare sul conto (*)	Martina Delfino (DLFMTN76S44G942Y) Monica Carugno (CRGMNC69S42I804W)
(*) salvo diversa indicazione da parte del Fornitore da comunicare entro 4 giorni dalla ricezione del documento di Stipula	
DATI DELL'OFFERTA	
Identificativo univoco dell'offerta	186916
Offerta sottoscritta da	MARTINA DELFINO
Email di contatto	INFO@ECOMOOD.IT
L'offerta è irrevocabile fino al	22/12/2017 18:00
OGGETTO DI FORNITURA (1 di 1)	
Bando	Servizi di Informazione e Marketing
Categoria	SERVIZI
Descrizione Oggetto di Fornitura	Servizi di Informazione, Comunicazione e Marketing
Quantità richiesta	1
PARAMETRO RICHIESTO	VALORE OFFERTO
NOME DEL SERVIZIO DI MONITORAGGIO	Campagna di sensibilizzazione sul tema dello spreco alimentare. Vedasi Relazione tecnica.
Descrizione tecnica	
Tipo contratto	ACQUISTO
Supporto social per	
Supporto RSS	
PROFILI SOCIAL	
UTENZE	
Formazione	
GIORNATE DI FORMAZIONE	
MESSAGGI VISUALIZZATI	
MESSAGGI ARCHIVIABILI	
Sentiment Analysis	
Alert e-mail	
Invio messaggi	

Programmazione messaggi	
Gestione avanzata team	
Calendario editoriale gestito	
MESSAGGI AL MESE	
Esportazione dati	
Statistiche automatiche	
Report di analisi periodica	
Frequenza report	
Durata contrattuale superiore all'anno [anni]	

VALORE DELL'OFFERTA ECONOMICA

Modalità di definizione dell'Offerta	Prezzo a corpo (Importo da ribassare: 40.000,00 EURO)
Valore dell'Offerta	39.300,00 EURO
Oneri di Sicurezza non oggetto di ribasso e non compresi nell'Offerta: <i>(non specificato)</i>	
Costi di Sicurezza aziendali concernenti l'adempimento della disposizione in materia di salute e sicurezza sui luoghi di lavoro di cui all'art.95, comma 10, del D.Lgs. n.50/2016, compresi nell'Offerta: 200,00 (Euro)	

INFORMAZIONI DI CONSEGNA E FATTURAZIONE

Dati di Consegna	VIA CONTE DI RUVO 74 PESCARA PESCARA - 65100 (PE) ABRUZZO
Dati e Aliquote di Fatturazione	Aliquota IVA di fatturazione: 22% Indirizzo di fatturazione: VIA CONTE DI RUVO 74 PESCARA PESCARA - 65100 (PE) ABRUZZO
Termini di Pagamento	30 GG Data Ricevimento Fattura

Dichiarazione necessaria per la partecipazione alla Trattativa Diretta resa ai sensi e per gli effetti degli artt. 46,47 e 76 del d.P.R. n.445/2000

- Il Fornitore è pienamente a conoscenza di quanto previsto dalle Regole del Sistema di e-Procurement della Pubblica Amministrazione relativamente alla procedura di acquisto mediante Richiesta di Offerta (artt. 46 e 50).
- Il presente documento costituisce una proposta contrattuale rivolta al Punto Ordinante dell'Amministrazione richiedente ai sensi dell'art. 1329 del codice civile, che rimane pertanto valida, efficace ed irrevocabile sino fino alla data sopra indicata ("L'Offerta è irrevocabile fino al").
- Il Fornitore dichiara di aver preso piena conoscenza della documentazione predisposta ed inviata dal Punto Ordinante in allegato alla Richiesta di Offerta, prendendo atto e sottoscrivendo per accettazione unitamente al presente documento, ai sensi di quanto previsto dall'art. 53 delle Regole del Sistema di e-Procurement della Pubblica Amministrazione, che il relativo Contratto sarà regolato dalle Condizioni Generali di Contratto applicabili al/ai Bene/i Servizio/i offerto/i, nonché dalle eventuali Condizioni particolari di Contratto predisposte e inviate dal Punto Ordinante, obbligandosi, in caso di aggiudicazione, ad osservarle in ogni loro parte.
- Il Fornitore dichiara che per questa impresa nulla osta ai fini dell'art. 10 Legge n.575 del 31 maggio 1965, e successive modifiche ex art. 9 D.P.R. n. 252 del 3giugno 1998;

- Il Fornitore è consapevole che, qualora fosse accertata la non veridicità del contenuto della presente dichiarazione, l'Impresa verrà esclusa dalla procedura per la quale è rilasciata, o, se risultata aggiudicataria, decadrà dalla aggiudicazione medesima la quale verrà annullata e/o revocata, e l'Amministrazione titolare della presente Trattativa diretta escute l'eventuale cauzione provvisoria; inoltre, qualora la non veridicità del contenuto della presente dichiarazione fosse accertata dopo la stipula, questa potrà essere risolta di diritto dalla Amministrazione titolare della presente Richiesta di Offerta ai sensi dell'art. 1456 cod. civ.
- Per quanto non espressamente indicato si rinvia a quanto disposto dalle Regole del Sistema di e-Procurement della Pubblica Amministrazione; al Contratto sarà in ogni caso applicabile la disciplina generale e speciale che regola gli acquisti della Pubblica Amministrazione.
- Il Fornitore dichiara che non sussiste la causa interdittiva di cui all'art. 53, comma 16-ter, del D.lgs. n. 165/2001 nei confronti della stazione appaltante e/o della Committente;
- Il Fornitore ha preso piena conoscenza del "Patto di Integrità", eventualmente predisposto dalla Stazione appaltante e/o dalla Committente, allegato alla richiesta di offerta, accettando le clausole ivi contenute e si impegna a rispettarne le prescrizioni;
- Il presente Documento di Offerta è esente da registrazione ai sensi del Testo Unico del 22/12/1986 n. 917, art. 6 e s. m.i., salvo che in caso d'uso ovvero ove diversamente e preventivamente esplicitato dall' Amministrazione nelle Condizioni Particolari di Fornitura della Richiesta di Offerta;

QUESTO DOCUMENTO NON HA VALORE SE PRIVO DELLA SOTTOSCRIZIONE A MEZZO FIRMA DIGITALE

ALL. B

ecomood
idee sostenibili
comunicazione ed eventi green

Ecomood Snc
Viale Vittoria Colonna, 37
65127 Pescara (PE)
Tel. +39 085 2015616
info@ecomood.it – ecomood-snc@legalmail.it
www.ecomood.it

REGIONE ABRUZZO

SERVIZIO POLITICHE PER IL BENESSERE SOCIALE

**CAMPAGNA DI SENSIBILIZZAZIONE
SUL TEMA DELLO SPRECO ALIMENTARE**

CUP C96F17000020002

RELAZIONE TECNICA

18 Dicembre 2017



CAMPAGNA DI SENSIBILIZZAZIONE SUL TEMA DELLO SPRECO ALIMENTARE

Premessa

Il tema degli sprechi e delle perdite alimentari ha assunto un'importanza crescente nel dibattito sulla sostenibilità dei modelli di produzione e consumo. L'attenzione è giustificata dalla dimensione assunta dal fenomeno a livello globale, che pone interrogativi sulla disparità sociale tra chi spreca e chi non ha da mangiare. Ogni anno si sprecano 1,3 miliardi di tonnellate di cibo, pari a circa 1/3 della produzione totale destinata al consumo umano, mentre quasi 900 milioni di persone soffrono o muoiono letteralmente di fame (dati FAO).

Solo in Italia lo spreco di cibo vale complessivamente 8,4 miliardi di euro all'anno, ovvero 6,7 euro settimanali a famiglia per 650 grammi circa di cibo sprecato (secondo il Rapporto Waste Watcher). Una montagna di cibo e di risorse naturali sprecate, cumuli di rifiuti da dover lavorare: sempre per l'Italia lo spreco genera 30 milioni di tonnellate di immondizia.

In un momento storico di forti disparità sociali ed economiche, la lotta agli sprechi alimentari gioca dunque un ruolo decisivo sia nel ridurre l'impronta ambientale della produzione di alimenti, sia nell'assicurare un'adeguata disponibilità di cibo per le generazioni attuali e future.

Obiettivi della campagna

Obiettivo della campagna, promossa dal Servizio Politiche per il Benessere Sociale della Regione Abruzzo, è quello di sensibilizzare e modificare la cultura dei consumatori circa il consumo di cibo per contrastare lo spreco alimentare sia in casa sia fuori casa.

Attraverso la campagna i cittadini verranno spronati a seguire regole ben precise per limitare questo problema, tra cui fare la lista della spesa e comprare solo ciò che è necessario, scegliere prodotti di stagione e a km 0, imparare a cucinare con quello che si ha in casa usando gli avanzi, adottare la pratica, divenuta ormai consueta negli Stati Uniti e in altre nazioni, di ricorrere alle "doggy bags" per riportare a casa gli "avanzi" del proprio pasto in un ristorante.

Per quanto riguarda quest'ultimo aspetto, la campagna prevede un'azione promozionale specifica nei confronti delle strutture ristorative della regione affinché adottino delle "doggy bags" brandizzate da fornire ai propri commensali.

Lo slogan della Campagna

Trasformare gli "avanzi" da spazzatura in risorsa. Questo è il focus del progetto che si articola in una serie integrata di strumenti e di iniziative promozionali e di sensibilizzazione a scala regionale. L'obiettivo specifico è di promuovere l'utilizzo di doggy bags nei ristoranti della regione e di educare i cittadini affinché superino l'imbarazzo di richiederle quando mangiano fuori.

Il concetto del "take away" applicato agli avanzi viene reso dal nome proposto per accompagnare la campagna, volutamente in inglese per sottolineare un comportamento che è ormai diventato consuetudine nei paesi anglosassoni e negli Stati Uniti. Un titolo molto fluido e facilmente assimilabile

FOOD IN BAG

Accompagnato da un pay-off in italiano che sottolinea il "valore del cibo che avanza", troppo prezioso e buono per essere lasciato nel piatto e finire in discarica.

Troppo buono per lasciarlo nel piatto

Il pay-off può essere ulteriormente rafforzato mediante un body copy che evidenzia il concetto di "portare a casa i propri avanzi per prolungare il piacere di gustarli in un secondo momento o riutilizzarli in modo creativo". Tanti i significati che si possono attribuire a questo slogan: in esso si esplicita il concetto che c'è un posto per il cibo che avanza; che esiste un modo per poterli riutilizzare anche in modo creativo. Allo slogan

della campagna si accompagnerà un simbolo grafico e un visual, che serviranno a contestualizzare l'iniziativa.

Gli strumenti e le azioni della campagna

Per veicolare questa iniziativa con l'obiettivo di raggiungere consumatori e ristoratori, abbiamo ipotizzato le seguenti attività e i seguenti materiali:

- ✓ **Progettazione e produzione di un pieghevole esplicativo contro lo spreco alimentare**
 - Verrà progettato e realizzato un pieghevole informativo sul tema dello spreco alimentare, finalizzato a spiegare in modo efficace come concorrere in ambito domestico e non solo a ridurre la produzione di avanzi e come comportarsi nei ristoranti quando avanza cibo nel piatto. Il contenuto dello strumento sarà preventivamente concordato con la Committenza. Caratteristiche tecniche: formato chiuso 10x21 cm, a 3 ante, stampato in quadricromia b/v su carta ecologica gr. 150, n. 10.000 pezzi.
- ✓ **Distribuzione del pieghevole in 2 centri commerciali della regione e presso i ristoranti aderenti all'iniziativa**
 - All'interno di un'oasi promozionale, personalizzata con 1 desk e 2 pannelli in cartone alveolare riciclato e riciclabile, verrà realizzata un'operazione promo-informativa in **due centri commerciali**, considerati luoghi privilegiati per il commercio e il tempo libero. Non a caso, è sempre più frequente vedere attuate forme di promozione in questi spazi che hanno il vantaggio di concentrare ogni giorno notevoli flussi di persone, che hanno la caratteristica di trattenersi a lungo all'interno dei centri e hanno, quindi, più tempo e più disponibilità per la percezione del messaggio promo-informativo che si vuole proporre. Inoltre, visto il tema della campagna, risulta strategico svolgere un'azione di sensibilizzazione contro lo spreco alimentare proprio nei luoghi che rappresentano il contesto in cui si effettuano le scelte di acquisto dei consumatori. Tale operazione verrà svolta in **n. 2 centri commerciali della regione nel weekend** (venerdì/sabato e domenica), periodo di maggior afflusso di visitatori.
- ✓ I pieghevoli verranno inoltre consegnati ai **ristoranti aderenti all'iniziativa** affinché vengano messi in distribuzione e a disposizione della clientela. A tale scopo si procederà alla costruzione e all'implementazione di un **database di ristoranti abruzzesi** potenzialmente interessati a ricevere i materiali previsti nell'ambito della campagna e verrà svolta attività di contatto con le strutture affinché partecipino all'evento di lancio e ritirino le doggy bags realizzate nell'ambito della campagna.
- ✓ **Produzione di doggy bags brandizzate e vetrofanie**
 - È prevista la realizzazione di **n. 10.000 Scatole in cartone alimentare** teso con plastificazione interna e con personalizzazione a 2 colori e di **n. 10.000 Scatole in cartone microonda alimentare** (no plastificazione interna), stampa a 2 colori flexo. È prevista inoltre la produzione di **n. 1.000 vetrofanie** 20x20 cm. Le scatole verranno consegnate ai ristoranti aderenti all'iniziativa.
- ✓ **Apertura e gestione di canali social dedicati**
 - Verrà elaborata una strategia di animazione e di presidio di canali social per la durata di 6 mesi per veicolare le informazioni relative alla campagna di sensibilizzazione sul tema dello spreco alimentare. In particolar modo, si propone l'apertura e la gestione di una brand page su Facebook e di un account Instagram. Il presidio dei canali social sarà organizzato in stretta collaborazione con la Committenza prevedendo, di volta in volta e sulla base dell'evoluzione del progetto, azioni mirate al raggiungimento di macro-obiettivi quali:
 - accrescere il brand *awareness* e *reputation* sulla campagna di sensibilizzazione sul tema dello spreco alimentare;
 - stimolare particolari target-obiettivo, ma mirando a una sensibilizzazione estesa sul tema capace di attirare ampie fasce di popolazione;
 - sviluppare strategie basate su *call to action* per aumentare l'interattività e accrescere l'engagement.

Per quanto riguarda **Facebook**, si prevede l'adozione di un piano editoriale strategico nel quale saranno indicate le azioni da intraprendere. Proponiamo di seguito un elenco non esaustivo delle azioni che saranno implementate su questo canale:

- apertura del canale e compilazione e aggiornamento di tutte le sezioni (informazioni, immagine di profilo, copertina, ecc...);
- n. 2/3 post settimanali da pubblicare nella fascia oraria più consona ai target di riferimento,
- adozione di una *netiquette* da pubblicare nell'apposita *tab* laterale per comunicare agli utenti la policy da rispettare online;
- creazione pagina evento per pubblicizzare l'evento di lancio dell'iniziativa;
- adozione di specifici *hashtag* da utilizzare nei post, per ottenere maggiore visibilità e facilitare ricerche tematiche sui social network;

Parlando di **Instagram**, questo social, facendo della fotografia il suo elemento cardine, potrebbe essere utilizzato per sensibilizzare online un target più giovanile (si pensi alle scuole) sul tema dello spreco alimentare in maniera performante e attraverso un'animazione del canale mediante il lancio di un social contest. Tra le attività fondamentali da intraprendere indichiamo:

- aggiornamento immagine di profilo;
- implementazione sezione "Informazioni";
- adozione di un piano editoriale *ad hoc* che prevede la pubblicazione di post settimanali e creazione di storie sia per sensibilizzare al tema;
- lancio di un social contest usando fotografie e video e la funzionalità "storie";
- *repost* delle foto più belle condivise dai follower.

✓ **Spot radiofonico di lancio dell'iniziativa**

- Quale strumento promozionale di diffusione della campagna, con particolare riferimento all'evento di lancio, verrà prodotto e programmato uno **spot radiofonico** della durata di 30 secondi su un'emittente a copertura regionale (**Radio Delta 1**), con 8 passaggi giornalieri per 15 giorni e con interviste ai promotori dell'iniziativa.

✓ **Evento di presentazione della campagna**

- Un grande appuntamento, aperto alla cittadinanza, ai ristoratori e alla stampa, a esperti, amministratori locali e provinciali, associazioni, mondo della scuola, sarà organizzato con l'obiettivo di pubblicizzare l'avvio della campagna di sensibilizzazione, presentando tutte le iniziative e gli strumenti che saranno previsti dal piano. L'incontro, da realizzarsi a Pescara, all'interno di una sede istituzionale (Auditorium Petruzzi o Aurum), sarà realizzato mettendo a disposizione tutti i supporti allestitivi, tecnici e tecnologici utili alla migliore presentazione della campagna e degli strumenti che questa prevede. Per quanto riguarda, nello specifico, l'organizzazione e il coordinamento logistico dell'evento, saranno garantite le seguenti attività:
 - qualificazione mailing list di istituzioni e operatori; selezione, aggiornamento e integrazione nominativi; invio di inviti via e-mail e attività di recalling telefonico;
 - acquisizione di materiale informativo; stesura di schede informative; allestimento e consegna delle cartelle stampa;
 - organizzazione logistica: sopralluogo sede; definizione necessità tecniche, complementi d'arredo e scenografici; organizzazione tavolo dei relatori e desk per l'accoglienza; allestimento sala con manifesti, locandine e roll up personalizzati con il visual della campagna;
 - servizio di accoglienza e assistenza qualificata a relatori e ospiti; coordinamento accrediti e consegna materiali.

✓ **Cooking show preparato da uno chef utilizzando esclusivamente "avanzi"**

- A margine dell'evento, per affermare con efficacia e assoluta memorabilità il concetto che il cibo che avanza è una risorsa preziosa, che può essere riutilizzata in modo creativo, proponiamo la realizzazione di un **Cooking Show** preparato da uno chef di grande esperienza, attento alla qualità e alla genuinità dei propri piatti. Lo chef preparerà due portate utilizzando rigorosamente "avanzi". Le stesse saranno offerte, sotto forma di assaggi, al pubblico intervenuto all'evento.

✓ **Ufficio stampa di supporto a tutte le iniziative previste**

- A sostegno dell'avvio della campagna, sarà condotta un'azione di ufficio stampa che prevedrà la produzione e la diffusione di comunicati stampa, concordati nei contenuti con la Committenza, e

contatti diretti con i media per assicurarne la presenza all'evento di lancio e l'uscita di articoli e servizi inerenti l'iniziativa.

Presentazione della Scrivente

ECOMOOD è una realtà giovane, ma nata a partire da un'esperienza ventennale nel settore della comunicazione. Accanto alle tradizionali conoscenze nel settore della comunicazione e delle relazioni esterne, ECOMOOD è in grado di proporre competenze specifiche in termini di sensibilizzazione ambientale, progettazione sostenibile e responsabilità sociale. È infatti un'agenzia specializzata nella comunicazione ambientale e sociale e nella progettazione e organizzazione di eventi green, realizzati ricorrendo a soluzioni a basso impatto ambientale. Sostenibilità, innovazione e responsabilità etica sono i valori di orientamento di ECOMOOD. L'impegno per una maggiore sostenibilità si concretizza sia a livello creativo, impostando tutte le azioni e gli strumenti di comunicazione secondo i criteri green, sia attraverso interventi sulle modalità di erogazione dei servizi, mirati alla riduzione dell'impatto ambientale.

Eventi green

Rendere un evento green significa intervenire su tutti gli aspetti relativi alla sua organizzazione: la scelta della location, secondo criteri di efficienza energetica e dell'accessibilità con mezzi di trasporto a minore impatto ambientale e che offra certificazioni legate alla riduzione dei consumi; la mobilità, con la scelta delle destinazioni più adatte e di trasferimenti e trasporti il più possibile ecologici; gli allestimenti realizzati con materiali illuminotecnici, scenotecnici e scenografici eco-sostenibili; le soluzioni digitali per sostituire i documenti stampati, l'utilizzo di carta riciclata e stampata con inchiostri eco, fino alla scelta del catering con menù con prodotti km 0, biologici e stagionali.

Comunicazione istituzionale

ECOMOOD fornisce tutti i servizi strategici per una comunicazione istituzionale e ambientale efficace e innovativa. Realizza campagne sociali e di sensibilizzazione su temi di interesse collettivo e di pubblica utilità. Offre servizi di consulenza per la pianificazione e la gestione di progetti di marketing territoriale e per lo sviluppo di iniziative di promozione legate al turismo responsabile e alla valorizzazione culturale e delle produzioni agroalimentari e artigianali tipiche.

Comunicazione integrata

ECOMOOD non è solo una green event organization. È un'agenzia di comunicazione specializzata in: comunicazione integrata; pianificazione pubblicitaria, advertising, servizi di marketing; ufficio stampa e media relation; relazioni pubbliche, istituzionali e aziendali; ideazione di marchi e corporate identity; progettazione di prodotti grafico-editoriali e materiali scenografici; social media marketing; progettazione siti web; web content management.

I principali lavori

Cliente: REGIONE CAMPANIA

Lavoro: #FAILARETEGIUSTA – CAMPAGNA DI SENSIBILIZZAZIONE PER LA PROMOZIONE DELLO SPORTELLO DIGITALE "AMICHE PER LA RETE"

Descrizione: Ideazione, progettazione e gestione della campagna #Failaretegiusta, per la promozione dello sportello digitale della Regione Campania "Amiche per la Rete", a supporto delle donne vittime di violenza online.

Attività: Marchio logotipo e campagna Adv. Ideazione grafica marchio-logotipo, strategia creativa per copy e visual (payoff, headline, bodycopy), elaborazione e gestione campagna Adv
Sito Web: progettazione, realizzazione, gestione e popolamento sito web
Social Media Marketing: apertura e gestione profili social

Cliente: COMUNE DI PESCARA

Lavoro: SERVIZIO DI PROGETTAZIONE DEL MARCHIO/LOGOTIPO E PAYOFF DELLA CITTÀ DI PESCARA

Descrizione: Ideazione del marchio/logotipo "Pescara Urban Emotion", per veicolare l'immagine e l'identità di Pescara, progettazione campagne Adv e strumenti di promozione per accrescere la riconoscibilità turistica della città e del suo territorio.

Attività: Marchio logotipo e campagna Adv. Elaborazione della System Identity della Città di Pescara, ideazione grafica marchio-logotipo, strategia creativa per copy e visual (payoff, headline, bodycopy) per campagna ombrello e campagna multisoggetto.
Sito Web: progettazione, realizzazione, gestione e popolamento sito web
Social Media Marketing: apertura e gestione profili social

Cliente: GRUPPO DELTA 1

Lavoro: ORGANIZZAZIONE EVENTO "QUARANT'ANNI CON RADIO DELTA 1"

Descrizione: Radio Delta 1 ha festeggiato il suo 40esimo anniversario. Per tale ricorrenza il Gruppo Delta 1, leader nel settore dell'entertainment radiofonico in Abruzzo, ha organizzato un evento celebrativo a Rocca San Giovanni, con un dibattito sul tema "Dal vinile ai social: la Radio al servizio della comunità. L'evoluzione dei mezzi di comunicazione e il fascino evergreen della modulazione di frequenza", che ha visto la partecipazione di Dario Salvatori, giornalista, scrittore, critico musicale e conduttore di tante trasmissioni radiofoniche di successo, e le performance di Simona Molinari, cantante jazz, aquilana di adozione, che ha proposto alcuni dei suoi grandi successi, e di Vincenzo Olivieri. Il 14 luglio poi grande festa in Piazza della Rinascita a Pescara, con l'esibizione di Giuliano Palma.

Data: 30 giugno e 14 luglio 2017

Location: Rocca San Giovanni (Hotel Villa Medici) e Pescara (Piazza della Rinascita)

Attività: Segreteria organizzativa, logistica, ufficio stampa e comunicazione.

Cliente: METAMER Srl

Lavoro: PROGETTAZIONE STAND METAMER, PRIMARIO OPERATORE ENERGETICO CON SEDI IN ABRUZZO E MOLISE, SPONSOR DELLA 4° EDIZIONE DELLA MARATONINA DEL MARE DI PESCARA

Descrizione: Servizi di organizzazione, allestimento, grafica e comunicazione in occasione della partecipazione di Metamer in qualità di sponsor alla 4° Maratonina del Mare. Nei due giorni di svolgimento dell'iniziativa, nello stand Metamer allestito all'interno del Mercato coperto di Piazza Muzii e presso lo Stadio Adriatico, i partecipanti alla maratona e i loro familiari e amici hanno potuto divertirsi a realizzare delle foto-ricordo istantanee assumendo pose divertenti e particolari, con il sistema del Photo-box.

Data: 27 e 28 maggio 2017

Location: Pescara (Mercato coperto di Piazza Muzii e Stadio Adriatico) e Pescara

Attività: Segreteria organizzativa, logistica, ufficio stampa e comunicazione.

Cliente: MS3 Srl

Lavoro: ATTIVITÀ DI UFFICIO STAMPA, MEDIA RELATION E SOCIAL MEDIA MARKETING PER IL DIPARTIMENTO TURISMO DELLA REGIONE ABRUZZO, PER LA PROMOZIONE TURISTICA DI ABRUZZO OPEN DAY E DELLA DESTINAZIONE ABRUZZO

Descrizione: Consulenza e supporto per le attività di ufficio stampa, media relation e social media marketing per il Dipartimento Turismo, Cultura e Paesaggio della Regione Abruzzo, nell'ambito dei servizi web (sito opendayabruzzo.it), social media (pagina FB Visit Abruzzo, profilo Twitter Your Abruzzo, profilo Instagram Your Abruzzo) e ufficio stampa per la promozione turistica di Abruzzo Open Day e della Destinazione Abruzzo.

Attività: Attività di ufficio stampa, redazione web e social content management e segreteria organizzativa a supporto della realizzazione di conferenze stampa nazionali e regionali.

Cliente: MS3 srl

Lavoro: SERVIZI ORGANIZZATIVI E DI COMUNICAZIONE NELL'AMBITO DEL PROGETTO HERA "SUSTAINABLE TOURISM MANAGEMENT OF ADRIATIC HERITAGE" - PROGRAMMA ADRIATIC IPA CROSS BORDER COOPERATION 2007-2013

Descrizione: Consulenza e supporto per le attività organizzative e di comunicazione nell'ambito del progetto, promosso dalla Regione Abruzzo e realizzato dalla DMC Gran Sasso d'Italia, L'Aquila e Terre Vestine, con l'intento di creare una piattaforma comune transfrontaliera dell'area adriatica per la gestione e la promozione di un turismo sostenibile basato sul

patrimonio culturale comune. L'obiettivo è quello di individuare una strategia di gestione e promozione integrata di tale patrimonio, favorendo il coinvolgimento degli attori delle comunità locali nelle attività di valorizzazione territoriale, nello sviluppo degli standard di qualità, nell'ideazione di percorsi turistici sostenibili. Le attività hanno previsto 3 diversi incontri pubblici per la presentazione del progetto nelle sue diverse fasi e l'organizzazione di un educational tour per stampa specializzata e tour operator.

Date: Maggio/Agosto 2016
 Location: L'Aquila, Sulmona (Aq), Corfinio (Aq)
 Attività: Segreteria organizzativa, logistica, attività di ufficio stampa e comunicazione, servizio di accoglienza in occasione dell'educational tour.

Cliente: Abruzzo Sviluppo SpA
Lavoro: *"PREVENZIONE E CONTRASTO DELLE FRODI E DELLE IRREGOLARITÀ NEI PROGRAMMI DI COOPERAZIONE TERRITORIALE EUROPEA: ADRIATIC IPA CROSS-BORDER COOPERATION PROGRAMME"*

Descrizione: Servizi organizzativi e di comunicazione a supporto dell'evento ideato e promosso dall'Autorità di gestione IPA-Adriatic e dal Nucleo della Guardia di Finanza del Dipartimento Politiche Europee della Presidenza del Consiglio. Le frodi e le irregolarità nei Programmi di cooperazione territoriale europea e la corretta gestione dei flussi finanziari europei sono stati al centro della giornata di lavori che ha segnato l'avvio di un progetto di collaborazione e scambio di informazioni tra l'Italia e i Paesi partner del Programma IPA-Adriatic (Albania, Bosnia Erzegovina, Croazia, Grecia, Montenegro, Serbia, Slovenia).

Data: 20 aprile 2016
 Location: Roma, Sala Polifunzionale della Presidenza del Consiglio dei Ministri (Largo Chigi)

Cliente: CNA Servizi Pescara Scarl
Lavoro: *SERVIZI GRAFICI, DI COMUNICAZIONE E MULTIMEDIALI E SUPPORTO ALL'UFFICIO STAMPA E AGLI EVENTI PROGETTO STARHUB PESCARA*

Descrizione: STARHUB è un progetto finalizzato alla costruzione del primo co-working pubblico di Pescara. L'iniziativa è sostenuta dalla Presidenza del Consiglio dei Ministri – Dipartimento della Gioventù e del Servizio civile e dall'Associazione Nazionale dei Comuni Italiani – ANCI e vede il Comune di Pescara capofila di un partenariato al quale partecipano associazioni datoriali, culturali e giovanili.

Cliente: PENTADVISORY Srl
Lavoro: *SERVIZI DI SEGRETERIA ORGANIZZATIVA DI EVENTI DI ANIMAZIONE E DI BRAND AWARENESS DEL MARCHIO PENTADVISORY*

Periodo: giugno 2015/gennaio 2016
 Descrizione: Servizi di marketing relazionale, segreteria organizzativa, comunicazione e media relation per favorire il coinvolgimento e il dialogo con il sistema imprenditoriale, con il mondo associativo, istituzionale e informativo abruzzese e non solo, mediante l'organizzazione di un ampio e articolato programma di workshop, seminari ed eventi finalizzati alla costruzione della "brand awareness" della società Pentadvisory srl e al suo posizionamento come prima organizzazione di consulenza integrata nell'area del medio Adriatico.

Cliente: ASSOCIAZIONE BIRRABRUZZO
Lavoro: *SERVIZI ORGANIZZATIVI E DI PROMOZIONE DELLA SECONDA EDIZIONE DI SPELT – SPOLTRE BEER FESTIVAL*

Descrizione: La seconda edizione di SPELT – Spoltore Beer Festival, promossa dall'Associazione Birrabruzzo, con la compartecipazione del Comune di Spoltore e con Ecomood come Partner organizzativo, ha confermato di essere una rassegna fortemente rappresentativa del binomio birra artigianale-territorio. La rassegna è stata caratterizzata da un'ampia proposta di birre artigianali e di cibi di strada di qualità e da un intenso programma culturale, con convegni, mostre, corsi di degustazione, laboratori e cooking show.

Date: 25/26/27 settembre 2015

Location: Centro storico di Spoltore, Largo San Giovanni/Piazza D'Albenzio

Cliente: CARSA Srl

Lavoro: *SEGRETERIA ORGANIZZATIVA, COMUNICAZIONE E UFFICIO STAMPA PER IL SALONE DELLA RICOSTRUZIONE (edizioni 2014 e 2015)*

Descrizione: La più grande e importante vetrina del comparto edile in materia di ricostruzione, che l'ANCE Abruzzo, insieme ad ANCE L'Aquila, ANCE Chieti, ANCE Pescara e ANCE Teramo, e Carsa realizzano con l'intento di imprimere una forte spinta alla ricostruzione dell'Aquila e dei territori colpiti dal sisma del 2009 secondo criteri di qualità e sostenibilità.

Date: 2/5 aprile 2014 - 7/10 maggio 2015

Location: L'Aquila, ex Agriformula (Via Rodolfo Volpe – Nucleo Industriale Caselle di Bazzano)

Cliente: CARSA Srl

Lavoro: *ATTIVITÀ DI MAINSTREAMING, UFFICIO STAMPA E ORGANIZZAZIONE DI TAVOLI TECNICI DI CONDIVISIONE E DEL CONVEGNO FINALE DEL PROGETTO "TERZO INCLUSO"*

Periodo: febbraio-ottobre 2014

Descrizione: "Terzo Incluso" è il progetto coordinato da Carsa e realizzato con il cofinanziamento dell'Unione Europea POR FESR ABRUZZO 2007-2013, con l'obiettivo di costruire strumenti e processi di analisi e sperimentazione atti a misurare il valore dell'economia sociale e civile in Abruzzo.

Cliente: CARSA Srl

Lavoro: *ATTIVITÀ DI MAINSTREAMING E DISSEMINAZIONE DEI RISULTATI DEL PROGETTO "TUR.N. 2.0 (TURISMO E NETWORKING 2.0)"*

Periodo: febbraio-ottobre 2014

Descrizione: TUR.N 2.0 è un progetto di ricerca molto articolato sul Turismo e il Networking, condotto da due dipartimenti universitari abruzzesi e da otto imprese. Le ricerche qualitative e quantitative hanno portato alla realizzazione di un prototipo in grado di agevolare la relazione tra domanda e offerta turistica.

Cliente: COMUNE DI SPOLTORE

Lavoro: *SERVIZI ORGANIZZATIVI DELL'ANTEPRIMA DI SPELT – SPOLTORE BEER FESTIVAL*

Descrizione: Rassegna di grande successo realizzata con l'obiettivo di lanciare i contenuti e le finalità dell'edizione 2015, legando la valorizzazione della birra artigianale alla promozione turistica del territorio e delle sue eccellenze. Un'Anteprima che ha visto la partecipazione di circa 8.000 visitatori, attirati dalla possibilità di degustare un prodotto di eccellenza e dalla possibilità di partecipare a laboratori, mini corsi di formazione e degustazione e cooking show che si sono susseguiti nelle tre serate.

Data: 26-28 settembre 2014

Location: Spoltore, Piazza D'Albenzio

Cliente: ANSO (Associazione Nazionale Stampa Online)

Lavoro: *SEGRETERIA ORGANIZZATIVA DELL'EVENTO "SOS24. COMUNICAZIONE DI CRISI E DI EMERGENZA"*

Descrizione: Evento incentrato sulla capacità di comunicare nei momenti di crisi e nelle situazioni di emergenza organizzato in occasione del decennale del quotidiano online dell'Aquila IlCapoluogo.it, che è coinciso con i 10 anni di attività dell'ANSO (Associazione Nazionale Stampa Online). Due giorni di lavori per capire il ruolo dell'informazione nelle delicate fasi pre-crisi e post-calamità, che hanno visto seduti allo stesso tavolo i protagonisti dell'informazione, i rappresentanti delle istituzioni locali e nazionali, del Governo Centrale e della Protezione Civile.

Data: 4-5 aprile 2014

Location: L'Aquila, Auditorium del Parco

Cliente: ENTE PARCO NAZIONALE DEL POLLINO
Lavoro: *SERVIZI GRAFICI E ORGANIZZATIVI PER CONFERENZA STAMPA DI PRESENTAZIONE DEL PROGETTO "BANCA DELLE QUALITÀ DEL POLLINO – POLLINO PEOPLE EXPERIENCE"*
Descrizione: POLLINO PEOPLE EXPERIENCE. Il Pollino raccontato da chi ci vive, ci lavora, lo ama è un progetto dell'Ente Parco Nazionale del Pollino e di Symbola-Fondazione per le Qualità Italiane, realizzato con il contributo di Fondazione Telecom Italia, concesso nell'ambito del bando "I Parchi e le Aree Marine Protette: un patrimonio unico dell'Italia".
Data: 18 giugno 2013
Location: Roma, Opificio Telecom Italia

Pescara, 18 dicembre 2017

Ecomood Snc
Legale Rappresentante
Martina Delfino

Mercato Elettronico della P.A.
Trattativa con un unico Operatore Economico

STIPULA RELATIVA A:

Numero Trattativa	354476
Descrizione	Campagna di Sensibilizzazione sul tema dello spreco alimentare
Tipologia di trattativa	Affidamento diretto (art. 36, c. 2, lett. A, D.Lgs. 50/2016)
CIG	non inserito
CUP	C96F17000020002

AMMINISTRAZIONE CONTRAENTE

Nome Ente	REGIONE ABRUZZO
Codice Fiscale Ente	80003170661
Nome Ufficio	SERVIZIO POLITICHE PER IL BENESSERE SOCIALE
Indirizzo Ufficio	Via Leonardo Da Vinci N. 6 67100 L'AQUILA (AQ)
Telefono / FAX Ufficio	0857672741 / -
Codice univoco ufficio per Fatturazione Elettronica	non inserito
Punto Ordinante	FLORA ANTONELLI / NTNFLR52P70A481Y
Soggetto stipulante	FLORA ANTONELLI / NTNFLR52P70A481Y

FORNITORE CONTRAENTE

Ragione Sociale	ECOMOOD SNC
Partita IVA Impresa	02030500686
Codice Fiscale Impresa	02030500686
Indirizzo Sede Legale	VIA DONATO D'ARCANGELO, 3 65126 PESCARA (PE)
Telefono / Fax	0852015616 / 0852013081
PEC Registro Imprese	ECOMOOD-SNC@LEGALMAIL.IT
Tipologia impresa	Società in Nome Collettivo
Numero di Iscrizione al Registro Imprese / Nome e Nr iscrizione Albo Professionale	148004
Data di iscrizione Registro Imprese / Albo Professionale	11/28/12 12:00 AM
Provincia sede Registro Imprese / Albo Professionale	PE
INAIL: Codice Ditta / Sede di Competenza	19276635/16 / PESCARA
INPS: Matricola aziendale	20643896GR
Posizioni Assicurative Territoriali - P.A.T. numero	21816231/81
PEC Ufficio Agenzia Entrate competente al rilascio attestazione regolarità pagamenti imposte e tasse:	DP.PESCARA@PCE.AGENZIAENTRATE.IT
CCNL applicato / Settore	COMMERCIO / TERZIARIO

Legge 136/2010: dati rilasciati dal Fornitore ai fini della tracciabilità dei flussi finanziari

SERVIZI

IBAN Conto dedicato (L 136/2010) (*)	IT35E0200815408000102632593
Soggetti delegati ad operare sul conto (*)	Martina Delfino (DLFMTN76S44G942Y) Monica Carugno (CRGMNC69S42I804W)

() salvo diversa indicazione da parte del Fornitore da comunicare entro 4 giorni dalla ricezione del documento di Stipula*

DATI DELL'OFFERTA ACCETTATA

Identificativo univoco dell'offerta	186916
Offerta sottoscritta da	MARTINA DELFINO
email di contatto	INFO@ECOMOOD.IT
Offerta presentata il	18/12/2017 13:35
L'offerta accettata era irrevocabile ed impegnativa fino al	22/12/2017 18:00
Contenuto tecnico dell'Offerta	
Le caratteristiche tecniche dei prodotti/servizi offerti e/o erogati sono dettagliati in tutti i documenti di offerta sottoscritti dal Concorrente ed inoltrati all'Amministrazione, e costituiscono parte integrante e sostanziale del presente contratto.	
Contenuto economico dell'Offerta	
Ulteriori dettagli economici dell'offerta rispetto a quelli sotto riportati sono dettagliati in tutti i documenti di offerta sottoscritti dal Concorrente ed inoltrati all'Amministrazione, e costituiscono parte integrante e sostanziale del presente contratto.	
Unità di misura dell'Offerta Economica	Prezzo a corpo (Importo da ribassare: 40.000,00 EURO)
Valore dell'offerta economica	39.300,00 EURO
Oneri di Sicurezza non oggetto di ribasso e non compresi nell'Offerta:	(non specificato)
Costi di sicurezza aziendali concernenti l'adempimento delle disposizioni in tema di salute e sicurezza sui luoghi di lavoro, di cui all'art. 95, comma 10, del D. Lgs. n. 50/2016	EURO 200,00

INFORMAZIONI DI CONSEGNA E FATTURAZIONE

Dati di Consegna	VIA CONTE DI RUVO 74 PESCARA PESCARA - 65100 (PE) ABRUZZO
Dati e Aliquote di Fatturazione	Aliquota IVA di fatturazione: 22% Indirizzo di fatturazione: VIA CONTE DI RUVO 74 PESCARA PESCARA - 65100 (PE) ABRUZZO
Termini di Pagamento	30 GG Data Ricevimento Fattura

DISCIPLINA DEL CONTRATTO

- Ai sensi di quanto disposto dall'art. 52, comma 3, lettera a) delle REGOLE DEL SISTEMA DI E-PROCUREMENT DELLA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE e nel rispetto della procedura di acquisto mediante Richiesta di Offerta prevista dalle predette Regole agli artt. 50, 51, 52 e 53, con il presente "Documento di Stipula" l'Amministrazione, attraverso il proprio Punto Ordinante, avendo verificato la conformità dell'Offerta inviata dal Fornitore rispetto a quanto indicato nella propria Richiesta ne accetta l'Offerta sopra dettagliata.
- Ai sensi di quanto previsto dall'art. 53, comma 4 delle Regole di accesso al Mercato Elettronico, il Contratto, composto dalla Offerta del Fornitore Abilitato e dal Documento di Stipula dell'Unità Ordinante, è disciplinato dalle Condizioni Generali relative al/ai Bene/i Servizio/i oggetto del Contratto e dalle eventuali Condizioni Particolari predisposte e inviate dal Punto Ordinante in allegato alla Trattativa diretta e sottoscritte dal Fornitore per accettazione unitamente dell'Offerta.
- Il presente Documento di Stipula è valido ed efficace a condizione che sia stato firmato digitalmente e inviato al Sistema entro il termine di validità dell'offerta sopra indicato (" L'offerta accettata era irrevocabile ed impegnativa fino al "), salvo ulteriori accordi intercorsi tra le parti contraenti.
- Con la sottoscrizione del presente atto si assumono tutti gli oneri assicurativi e previdenziali di legge, nonché l'obbligo di osservare le norme vigenti in materia di sicurezza sul lavoro e di retribuzione dei lavoratori dipendenti, nonché si accettano tutte le condizioni contrattuali e le penalità.
- Si prende atto che i termini stabiliti nella documentazione allegata alla Trattativa diretta, relativamente ai tempi di esecuzione del Contratto, sono da considerarsi a tutti gli effetti termini essenziali ai sensi e per gli effetti dell'art. 1457 C.C.
- Per quanto non espressamente indicato si rinvia a quanto disposto dalle REGOLE DEL SISTEMA DI E-PROCUREMENT DELLA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE; al Contratto sarà in ogni caso applicabile la disciplina generale e speciale che regola gli acquisti della Pubblica Amministrazione.
- Il presente Documento di Stipula è esente da registrazione ai sensi de Testo Unico del 22/12/1986 n. 917, art. 6 e s.m.i., salvo che in caso d'uso ovvero da quanto diversamente e preventivamente esplicitato dall' Amministrazione nelle Condizioni Particolari di Fornitura.

QUESTO DOCUMENTO NON HA VALORE SE PRIVO DELLA SOTTOSCRIZIONE A MEZZO FIRMA DIGITALE

- Busta Firmata
 - firmata_Stipula_TraitativaDiretta_354476_186916 (1).pdf
 - Firmatari
 - ANTONELLI FLORA
 - 19/12/2017 09:53
 - DELFINO MARTINA
 - 19/12/2017 10:45
 - Certificati Allegati

Parametro	Valore
Algoritmo di Firma:	Non rilevato
Ente Certificatore:	AnubaPEC S.p.A. NG CA 3
Nome Firmatario:	ANTONELLI FLORA
Verifica Certificato:	fallita, gerarchia di certificazione non disponibile
Verifica Firma:	fallita

