



Fondo europeo agricolo
per lo sviluppo rurale:
l'Europa investe nelle zone rurali



PSR 2014 - 2020
ABRUZZO



ALLEGATO – B

REGIONE ABRUZZO

DIPARTIMENTO POLITICHE DELLO SVILUPPO RURALE E DELLA PESCA

PSR ABRUZZO 2014-2020

SCHEDA TECNICA SERVIZI/FORNITURE MINIME PER ATTIVITA' DI INFORMAZIONE E PUBBLICITA' DEL PSR ABRUZZO 2014/2020	
Tipologia di servizi/forniture	Campagna pubblicitaria bandi PSR Abruzzo 2014/2020
Oggetto del servizio	Caratteristiche tecniche
<p>1. Ideazione, progettazione e creazione dei seguenti prodotti: - <i>layout grafico per la "campagna bandi" del PSR Abruzzo.</i></p>	<p>1. Ideazione, progettazione e creazione dei seguenti prodotti: - <i>layout grafico per la "campagna bandi" del programma.</i> Il layout grafico da realizzare deve contenere: un'immagine rappresentativa dell'intero PSR Abruzzo 2014/2020; il claim relativo ai bandi; i loghi forniti dall'Amministrazione, secondo quanto disposto dai regolamenti comunitari all'allegato III al regolamento (UE) n.808/2014, accompagnato dalla dicitura "<i>Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale. L'Europa investe nelle zone rurali</i>". In caso di affidamento l'operatore economico dovrà presentare almeno 3 (tre) proposte di layout.</p>
- <i>declinazione layout grafico su vari supporti</i>	Il layout grafico dovrà essere declinato su tutti i vari supporti/formati di comunicazione da utilizzare, tra i quali anche banner pubblicitari e social media.
- <i>spot pubblicitario del PSR Abruzzo a mezzo televisivo a carattere istituzionale e/o specifico sui bandi della durata di almeno 30".</i>	<p>- Realizzazione di n.1 spot a mezzo televisivo: l'offerta dovrà prevedere una proposta di <i>storyboard</i> sul Programma di Sviluppo Rurale 2014/2020 e/o sui bandi del PSR per la realizzazione di uno spot a circuito televisivo. Lo storyboard dovrà essere presentato sul seguente format: supporto cartaceo (fogli formato A4 cm 21x29.7). Durata: minimo 30" (esclusi titoli e sigle) Formato: almeno HD o Full HD Risoluzione 1080p 16:9 - almeno 25 fotogrammi al secondo - audio da 48kHz. Supporto SD Extreme PRO oppure SSD Lo spot deve contenere un jingle e la voce di uno speaker. Lo spot pubblicitario, oltre ad essere ad uso televisivo dovrà avere anche una diffusione via internet, pertanto è necessaria la definizione tecnica per la fruibilità dello stesso sul web e sui social media. Particolare attenzione è necessaria nella scelta delle immagini. Esse devono essere rappresentative del PSR</p>



Fondo europeo agricolo
per lo sviluppo rurale:
l'Europa investe nelle zone rurali



PSR 2014 - 2020
ABRUZZO



ALLEGATO – B

	<p>Abruzzo 2014/2020, quindi dell'agricoltura abruzzese e del territorio rurale; all'utilizzo dei testi che siano fruibili anche da categorie di soggetti svantaggiati (es. non udenti). Le immagini realizzate/utilizzate devono rappresentare esclusivamente la territorialità abruzzese. L'AdG si riserva di richiedere ogni modifica opportuna al fine di adeguare le attività di comunicazione agli obiettivi generali del PSR Abruzzo 2014/2020.</p>
<p>-spot pubblicitario del PSR Abruzzo a mezzo radiofonico a carattere istituzionale e/o specifico sui bandi, della durata di almeno 30”.</p>	<p>- Realizzazione di n.1 <i>spot a mezzo radiofonico</i>: l'offerta dovrà prevedere una proposta di <i>script</i> sul Programma di Sviluppo Rurale 2014/2020 e/o sui bandi del PSR per la realizzazione di uno spot a circuito radiofonico , diverso da quello veicolato con mezzo televisivo.</p> <p>Durata: almeno 30” Formato: MP3</p> <p>Lo spot deve contenere un jingle e la voce di uno speaker, in linea con quanto scelto per lo spot televisivo.</p> <p>L'Adg si riserva di richiedere ogni modifica opportuna al fine di adeguare le attività di comunicazione agli obiettivi generali del PSR Abruzzo 2014/2020.</p>
	<p>Tutte le proposte di spot tv e radio (storyboard e script), i layout grafici dei singoli prodotti devono essere presentate all'Autorità di Gestione del PSR Abruzzo 2014/2020 per l'approvazione definitiva.</p>
<p>2. Acquisto spazi pubblicitari sui media: - <i>acquisizione spazi pubblicitari</i> su: emittenti televisive regionali- emittenti radiofoniche regionali- web advertising e quotidiani a maggiore diffusione nel territorio regionale.</p>	<p>2. Acquisto spazi pubblicitari sui media: - la proposta di acquisto degli spazi pubblicitari deve prevedere:</p> <p><i>Emittenti Tv:</i> almeno 4 (quattro) passaggi al giorno per almeno 20 giorni su almeno 9 (nove) emittenti televisive regionali e locali con maggiore ascolto. <i>Emittenti Radio:</i> almeno 4 (quattro) passaggi al giorno per almeno 20 giorni su almeno 9 (nove) emittenti radiofoniche regionali e locali con maggiore ascolto. <i>Internet:</i> campagna banner in almeno 3 (tre) quotidiani/testate giornalistiche online regionali, posizione home page, per una durata di almeno 15 giorni. <i>Quotidiani:</i> una inserzione pubblicitaria, posizione prima pagina, per una durata minima di 7 giorni , su almeno un quotidiano a diffusione regionale.</p> <p>L'Adg si riserva di richiedere ogni modifica opportuna al fine di adeguare le attività di comunicazione agli obiettivi generali del PSR Abruzzo 2014/2020.</p>
	<p>In caso di affidamento, l'operatore economico dovrà presentare una proposta di pianificazione media pubblicitaria (planing) relativa ai prodotti sopra indicati contenente le seguenti indicazioni: elenco delle singole emittenti Tv e radio abruzzesi da utilizzare-timing</p>



Fondo europeo agricolo
per lo sviluppo rurale:
l'Europa investe nelle zone rurali

UNIONE EUROPEA



PSR 2014 - 2020
ABRUZZO



ALLEGATO – B

	<p>pianificazione (inizio e fine)- quantità di spazi da acquistare in termini di quantità di passaggi giornalieri; elenco dei singoli quotidiani abruzzesi online. Tale proposta dovrà essere approvata definitivamente dall'Autorità di Gestione.</p>
<p>3. Organizzazione e realizzazione di almeno un evento (workshop, meeting, conventions, conferenza)</p>	<p>In caso di affidamento l'operatore economico dovrà presentare una proposta relativa all'organizzazione di almeno un evento contenente le seguenti indicazioni: elaborazione progetto, organizzazione della segreteria, servizi tecnici audiovisivi messi a disposizione, il ventaglio delle località regionali proposto, etc</p>