



BANDO PER L'IDEAZIONE DEL NOME E DEGLI SLOGAN, E LA REALIZZAZIONE DEL LOGO E DELL'IMMAGINE GRAFICA COORDINATA NELL'AMBITO DEL PROGETTO EMPOWER A BOLOGNA.

SCADE IL 13 DICEMBRE 2016 ALLE ORE 13:00.

Richiamata la decisione dell'Amministratore Unico della SRM - Società Reti e Mobilità Srl (d'ora in avanti SRM) n. 8/2016 con la quale si è determinato di attuare azioni finalizzate alla promozione della Campagna Empower

È PUBBLICATO IL PRESENTE BANDO

per l'ideazione del nome e degli slogan e la realizzazione del logo e dell'immagine grafica coordinata nell'ambito del Progetto Empower a Bologna.

CIG assegnato alla procedura: **Z221C02ADF**.

Art. 1 - Premessa

La SRM Reti e Mobilità Srl, in qualità di città pilota del progetto EMPOWER cofinanziato dalla Commissione Europea, organizzerà una campagna locale di *behaviour change* (di seguito "Campagna Empower") a Bologna. La Campagna è volta a incentivare i cittadini dell'area metropolitana bolognese a utilizzare mezzi di trasporto sostenibili (a piedi, in bicicletta, trasporto pubblico e carpooling) o a incrementarne l'uso in sostituzione alla propria automobile/motociclo.

Art. 2 Descrizione della Campagna Empower

La Campagna Empower è un'iniziativa di promozione della mobilità sostenibile. A livello locale, sarà coordinata dalla SRM, l'agenzia del Comune e della Città Metropolitana di Bologna per la mobilità e il trasporto pubblico locale.

La Campagna Empower, che vuole incentivare l'uso dei mezzi di trasporto sostenibili mediante un sistema di incentivi e sfide, avrà una durata di 6 mesi, dal 1° aprile 2017 al 30 settembre 2017.

Ai partecipanti sarà chiesto di tenere traccia dei propri spostamenti fatti a piedi, in bicicletta, in autobus o in car-pooling mediante una app gratuita per smartphone, che tramite il GPS e alcuni sistemi di controllo specifici verificherà l'effettivo uso di tali mezzi e accrediterà ai partecipanti dei *PuntiMobilità*.

I *PuntiMobilità* saranno assegnati sull'effettivo utilizzo dei mezzi di trasporto sostenibili, e potranno essere convertiti in sconti presso i negozi e gli esercizi commerciali che aderiranno all'iniziativa,

dando così vita a uno “schema a incentivi” già sperimentato positivamente in analoghe iniziative a livello europeo.

Inoltre, con cadenza presumibilmente mensile, saranno estratti fra i partecipanti premi di entità maggiore.

La Campagna Empower si svolgerà sull'intera area metropolitana, con particolare riferimento ai territori del comune di Bologna e dei comuni limitrofi, e avrà tre target di utenza, per i quali si adotteranno modalità di comunicazione e incentivi specifici.

1. *Cittadini bolognesi*: questo primo target di utenza è l'intera popolazione metropolitana, circa un milione di persone, che potrà quindi collezionare punti per tutti i tipi di spostamento sostenibile. Per mantenere alta l'attenzione dei partecipanti nei sei mesi di campagna, si organizzeranno anche eventi speciali durante i quali si potranno raccogliere “punti bonus”.
2. *Studenti universitari*: la popolazione universitaria ha un impatto molto forte sulla mobilità bolognese, in quanto si tratta di circa 80.000 persone che ogni giorno si spostano in città. Si avvierà pertanto una campagna di comunicazione dedicata, in collaborazione l'Università di Bologna (con la quale la SRM ha già collaborato in occasione di passate iniziative) e una serie di sconti presso locali e attività commerciali di loro specifico interesse, quali per esempio pub, cinema, teatri, centri sportivi, ecc.
3. *Aziende*: le aziende bolognesi saranno coinvolte in una sfida a chi si muove più sostenibilmente. Ogni azienda avrà la propria squadra ufficiale, alla quale potranno aderire i propri dipendenti. I punti raccolti da ciascun dipendente - oltre a poter essere utilizzati individualmente per beneficiare degli sconti sopraccitati - contribuiranno ad alimentare il punteggio della squadra in classifica. Sarà sviluppato un sistema di premi collettivi specifici per le aziende che potranno vincere premi quali rastrelliere per le biciclette, bici aziendali, ecc.

Il sistema “a sfide” è stato già sperimentato con esito molto positivo dalla SRM negli ultimi anni, all'interno dell'iniziativa European Cycling Challenge, ideata e promossa a livello europeo dalla stessa SRM ogni mese di maggio come strumento di promozione della mobilità ciclabile.

Art. 3 Oggetto e quantità

Il bando è istituito dalla SRM al fine di ottenere:

- **il nome;**
- **un marchio-logotipo;**
- **4 claim (slogan breve/descriptor);**
- **l'immagine coordinata per la comunicazione e promozione della Campagna Empower.**

Il logo, i claim e l'immagine coordinata verranno utilizzati sugli strumenti di comunicazione che verranno scelti dalla SRM.

Art. 4 Caratteristiche del nome

Il nome dovrà rispettare i seguenti requisiti:

- attinenza agli obiettivi strategici della promozione della Campagna Empower;
- essere originale e inedito, sviluppato espressamente per il bando, efficace dal punto di vista comunicativo;
- essere chiaro, distintivo, attrattivo, innovativo e dotato di forza comunicativa;
- essere riconoscibile ed apprezzabile dal target di riferimento: cittadini e city-users dell'area metropolitana, studenti universitari;
- essere facilmente distinguibile ed adattabile ai diversi ambiti di comunicazione e promozione (tradizionali e web).

Il nome dovrà essere necessariamente collegato al logo (di cui all'art. 5) e farne parte integrante.

Il nome non deve infrangere o violare i diritti di terzi, inclusi copyright, marchi, brevetti e qualsiasi altro diritto di proprietà intellettuale.

Art. 5 Caratteristiche del logo

Il logo dovrà essere realizzato in grafica vettoriale a colori ed in bianco e nero e dovrà prestarsi all'utilizzo scalare sui più svariati supporti senza con ciò perdere forza comunicativa. Dovrà comunque essere riproducibile e riconoscibile in fotocopia.

Dovrà rispettare i seguenti requisiti:

- attinenza agli obiettivi strategici della promozione della Campagna Empower;
- essere originale e inedito, sviluppato espressamente per il bando, efficace dal punto di vista comunicativo;
- essere chiaro, distintivo, adattabile, versatile, attrattivo, innovativo e dotato di forza comunicativa;
- essere riconoscibile ed apprezzabile dal target di riferimento: cittadini e city-users dell'area metropolitana, studenti universitari;
- garantire economicità e praticità nell'applicazione e nella realizzazione;
- essere facilmente distinguibile ed adattabile ai diversi ambiti di comunicazione e promozione (tradizionali e web) e riproducibilità sui vari tipi di supporto e media (a colori, retinato, monocromatico) anche con sistemi che consentono un controllo tecnico parziale (fax, immagine su monitor, stampa laser, ecc.).

Il logo dovrà essere necessariamente collegato al nome (di cui all'art. 4) e contenerlo graficamente.

Il logo non dovrà essere necessariamente collegato allo slogan e dovrà pertanto poter essere utilizzabile anche da solo.

Il logo non deve infrangere o violare i diritti di terzi, inclusi copyright, marchi, brevetti e qualsiasi altro diritto di proprietà intellettuale.

Art. 6 Caratteristiche dello slogan/claim

Gli slogan/claim da ideare sono 4:

- uno generico relativo ai mezzi di trasporto sostenibili (a piedi, bici, bus, treno, car pooling e car-sharing) che ne promuova l'utilizzo e richiami la relazione fra l'uso di tali mezzi e la possibilità di ottenere sconti/premi;
- 3 tematizzati che identifichino i 3 mezzi di trasporto principali in maniera specifica e distinta - bicicletta, spostamento a piedi, mezzo di trasporto pubblico (bus e treno) che ne promuovano l'utilizzo e richiamino la relazione fra l'uso di tali mezzi e la possibilità di ottenere sconti/premi.

Gli slogan/claim dovranno:

- essere originali e inediti, sviluppati espressamente per il Bando, efficaci dal punto di vista comunicativo, facilmente distinguibili e adattabili ai diversi ambiti di comunicazione e promozione;
- i 3 slogan tematici devono consentirne l'uso in sotto-campagne di comunicazioni specifiche per quel singolo mezzo di trasporto;
- essere in lingua italiana;
- non devono essere necessariamente collegati al logo e devono pertanto poter essere utilizzati anche da soli;
- avere una lunghezza massima di 50 battute, compresi gli spazi bianchi;
- non infrangere o violare i diritti di terzi, inclusi copyright, marchi, brevetti e qualsiasi altro diritto di proprietà intellettuale.

Art. 7 Immagine coordinata

L'immagine coordinata dovrà sviluppare il messaggio dei claim e logotipo in modo originale e coerente realizzando varie soluzioni comunicative sfruttabili nei vari mezzi di comunicazione come ad esempio:

- locandine, manifesti, pieghevoli informativi;
- sito web, banner, vari strumenti per attività di web marketing;
- pubblicazioni editoriali, audiovisive, multimediali;
- carta intestata;
- buste;
- cartelline, adesivi;
- biglietti da visita;
- merchandising vario (shopper, gadget, ecc.);
- pannelli per allestimenti stand fiere/eventi, ecc.

Art. 8 Servizi da fornire in caso di vittoria

Il soggetto vincitore del presente bando si impegna a:

- fornire entro 7 giorni dalla data di affidamento: il logo, l'immagine coordinata e le sue declinazioni in diverse estensioni e definizioni per i diversi utilizzi e le relative indicazioni necessarie per la riproduzione tipografica e stampa (dimensioni e loro proporzioni, percentuali di quadricromia, codici pantone/RGB, dimensione e font dei caratteri utilizzati);
- fornire, per 12 mesi successivi la data di affidamento, un servizio di aggiornamento dei materiali forniti inerente correzioni e variazioni di minore entità richieste dalla SRM, tale attività sarà gratuita inclusa nel corrispettivo del presente bando;
- predisporre fino ad un massimo di 10 elaborati specifici da utilizzare durante la Campagna Empower (quali, a titolo esemplificativo, manifesti, volantini, immagine di copertina Facebook, ecc.).

Art. 9 Partecipazione

Sono ammessi a partecipare alla gara i soggetti di cui all'art. 45 D.lgs 50/2016 ed i raggruppamenti temporanei di concorrenti e di consorzi ordinari non ancora costituiti ai sensi dell'art. 48 c. 8° del D.Lgs 50/2016, in possesso dei requisiti di cui alla dichiarazione sostitutiva unica allegata al presente bando come parte integrante e sostanziale.

I concorrenti partecipanti in forma associata ai sensi dell'art. 48 D.Lgs 50/2016 e ss.mm., dovranno presentare singolarmente la domanda di partecipazione (BUSTA B) che va compilata e sottoscritta dal titolare o dal legale rappresentante di ogni singolo partecipante in forma associata a pena di esclusione.

In caso di forma associata non ancora costituita, a pena di esclusione, la domanda deve altresì contenere l'impegno che, in caso di affidamento, gli stessi concorrenti conferiranno mandato collettivo speciale con rappresentanza ad uno di essi, da indicare in tale sede e qualificato come mandatario (capogruppo), il quale stipulerà il contratto in nome e per conto proprio e dei mandanti.

Art. 10 Modalità di presentazione delle proposte

I partecipanti dovranno presentare la propria proposta progettuale, sia del nome (di cui all'art. 4), sia del logo (di cui all'art. 5), sia degli slogan/claim (di cui all'art. 6), sia dell'immagine coordinata (di cui all'art. 7), in un numero complessivo minimo di 5 tavole (formato A3), con una relazione descrittiva contenente le motivazioni che hanno portato alla realizzazione del progetto proposto.

La proposta progettuale dovrà riportare:

- RELAZIONE DESCRITTIVA - Relazione (formato A4, max 5.000 caratteri spazi inclusi) tecnico-descrittiva dell'idea progettuale che indichi le caratteristiche e spieghi la logica e gli intenti comunicativi;
- 1 tavola in formato A3: riproduzione di dimensioni almeno 150 mm del logotipo in quadricromia e nella versione al tratto positivo e negativo, e riproduzione dei 4 slogan/claim;
- almeno 4 tavole in formato A3: esempi applicativi per l'immagine coordinata, con particolare riferimento a manifesti 70x100cm e/o 6x3m, cartoline, copertina pagina Facebook, banner pubblicitari per uso web (es. 300x250px).

Una copia degli elaborati dovrà essere presentata anche su supporto digitale (CD Rom), preferibilmente in formato vettoriale standard, o, in alternativa, in formato png ad alta risoluzione. È facoltà del partecipante presentare l'utilizzo della soluzione proposta anche su altri supporti, quali locandine, cartoline, manifesti, ecc.

La proposta progettuale dovrà pervenire a mezzo raccomandata con avviso di ricevimento ovvero mediante consegna a mano o a mezzo corriere all'indirizzo della **SRM - Reti e Mobilità Srl, via Alfredo Calzoni, 1/3 - 40128 Bologna** ed essere ricevuta da persona autorizzata, nel rispetto dei seguenti orari: dal lunedì al giovedì dalle ore 9:00 alle ore 13:00, e dalle ore 15:00 alle ore 17:00; il venerdì dalle ore 9:00 alle ore 13:00.

La domanda deve pervenire entro e non oltre le ore 13:00 del giorno 13 dicembre 2016 in un unico plico chiuso, sigillato e firmato sui lembi di chiusura, che dovrà riportare all'esterno la UNICAMENTE la seguente dicitura: **"CONCORSO NOME-LOGO-SLOGAN-IMMAGINE COORDINATA PER IL PROGETTO EMPOWER"**

Il plico dovrà contenere n. 2 buste: A e B.

La busta identificata come "A" dovrà contenere la proposta relativa al nome e agli slogan, gli elaborati grafici, il/i supporto/i digitale/i, e dovrà riportare sul frontespizio:

<p>BUSTA A Elaborati grafici Supporto digitale</p>
--

La busta identificata come "B" dovrà contenere la domanda di partecipazione al concorso (e gli allegati alla domanda), redatta sull'apposito modulo predisposto dalla SRM, e dovrà riportare sul frontespizio:

<p>BUSTA B Domanda di partecipazione al Bando</p>

Il plico, le buste, gli elaborati e i supporti non dovranno violare i caratteri dell'anonimato attraverso l'apposizione di simboli, segni o altri elementi identificativi, pena l'esclusione dal concorso.

La SRM non assume alcuna responsabilità per la dispersione di comunicazioni dipendente dall'errore del concorrente nell'indicazione del proprio recapito/indirizzo di posta elettronica, da mancata oppure tardiva comunicazione degli eventuali mutamenti sopravvenuti rispetto all'indirizzo indicato nella domanda, né da eventuali disguidi postali, telegrafici o comunque imputabili a terzi, a caso fortuito o a forza maggiore.

Art. 11 Operazioni di concorso e criterio di affidamento

Le proposte pervenute saranno esaminate da un'apposita Commissione individuata dalla SRM. Le proposte saranno preliminarmente esaminate in forma anonima; allo scopo le buste "B" contenenti le domande di partecipazione saranno aperte solo a seguito dell'attribuzione dei punteggi alle proposte contenute nelle buste "A".

La Commissione valuterà le proposte presentate secondo i seguenti criteri:

- qualità, originalità e attinenza con le finalità della Campagna Empower: fino a 30 punti
- facile lettura e forza comunicativa: fino a 40 punti
- applicabilità/versatilità/economicità realizzazione: fino a 30 punti

per un totale massimo di 100 punti assegnabili.

La Commissione aggiudica la proposta vincente a proprio insindacabile giudizio. Si riserva inoltre di dichiarare un vincitore anche nel caso pervenga una sola proposta valida, purché ritenuta meritevole. La Commissione si riserva il diritto, a suo insindacabile giudizio, di non proclamare alcun vincitore qualora nessun progetto concorrente sia ritenuto idoneo. Esaurite le procedure di selezione delle proposte ideative e progettuali, la Commissione di valutazione procede alla redazione della graduatoria definitiva di merito delle proposte ideative specificando l'eventuale vincitore. Il giudizio della Commissione è inappellabile.

La SRM si riserva la facoltà di chiedere al vincitore eventuali adattamenti del progetto, per adeguarlo ai supporti e ai formati in cui verranno veicolati logo e slogan, senza alcun costo aggiuntivo e anche per un adattamento alle necessità della SRM stessa.

Presentando il progetto si accetta inoltre di non fare altri usi del progetto stesso.

Art. 12 Copyright

Il progetto presentato deve essere creato esclusivamente per il concorso in oggetto.

Il progetto vincitore e tutti i materiali prodotti diventeranno di esclusiva proprietà della SRM, che ne acquisirà tutti i diritti di distribuzione e riproduzione, finalizzati alla promozione della Campagna Empower. La SRM sarà quindi autorizzata a utilizzare, riprodurre, adattare, pubblicare e distribuire liberamente il progetto. Tutti progetti non saranno restituiti.

Art. 13 Clausola di salvaguardia

La SRM si riserva, se necessario, di modificare, revocare o annullare la procedura sottesa al presente bando, nonché la possibilità di non procedere all'aggiudicazione della proposta vincente, senza che i concorrenti possano richiedere indennizzi, rimborsi o risarcimenti.

La SRM si riserva di non procedere all'aggiudicazione qualora nessuna delle offerte presentate venga ritenuta conveniente o idonea in relazione all'oggetto della prestazione richiesta, senza che i concorrenti possano richiedere indennizzi, rimborsi o compensi ad alcun titolo.

Con la presentazione della domanda di partecipazione il concorrente accetta le prescrizioni del presente Bando.

Art. 14 Corrispettivo e modalità di pagamento

Al vincitore sarà comunicata l'assegnazione dell'incarico tramite posta raccomandata o pec, e sarà contattato per la sottoscrizione del contratto.

Il corrispettivo per la prestazione del servizio in oggetto è fissato in € 5.000,00 oltre IVA, se dovuta, e oneri di legge.

Al vincitore saranno versate:

- € 4.000,00 (quattromila/00) a seguito della fornitura del materiale in formato digitale nei termini indicati dal precedente art. 8;
- € 1.000,00 (mille/00) al termine dei 12 mesi successivi alla data di affidamento come indicato dal medesimo art. 8.

Art. 15 Responsabilità e accettazione

I partecipanti al presente bando si assumono ogni responsabilità in merito all'originalità dei propri progetti. La partecipazione al concorso implica l'accettazione incondizionata di tutte le norme contenute nel presente bando, nonché di tutte quelle stabilite dalle leggi e regolamenti vigenti in materia.

Art. 16 Tutela e riservatezza dei dati personali

Ai sensi del Codice della privacy, si informano i concorrenti che i dati personali loro pertinenti saranno utilizzati dalla SRM esclusivamente per lo svolgimento del presente concorso e che gli stessi saranno conservati in archivio cartaceo e informatico.

Art. 17 Responsabilità del procedimento

Responsabile del procedimento è l'ing. Silvano CAVALIERE, Amministratore Unico della SRM.

Eventuali informazioni potranno essere richieste entro le ore 13:00 del giorno 6 dicembre 2016 presso gli uffici della SRM, ai seguenti recapiti:

- tel: +39.051.361328;
- fax: +39.051.361260;
- e-mail: srm@srm-bologna.it.

Art. 18 Controversie

Per eventuali controversie che dovessero insorgere in merito al presente concorso, è competente il Foro di Bologna. È esclusa la competenza arbitrale.

Bologna, 14 novembre 2016

SRM - Reti e Mobilità S.r.l.