

# Gara per l'affidamento triennale della gestione dei social media della Reggia di Venaria

## 2019-2021

### Introduzione.

---

Le prime attività sui social network riconducibili a La Venaria Reale sono state avviate nel 2009 e sono proseguite fino alla fine del 2010.

Nella prima metà del 2011 l'Ufficio Comunicazione e Stampa ha preso possesso delle pagine create e ha lavorato alla gestione, alla stabilizzazione e alla crescita dei social media della Reggia per due anni e mezzo.

Dal 2014 al 2015 l'Ufficio Comunicazione e Stampa ha avviato una collaborazione con un'agenzia specializzata per la gestione della piattaforma social della Reggia di Venaria.

Per il triennio 2016-2018, con l'obiettivo di dare continuità al percorso iniziato e di programmare le attività con una prospettiva a medio-lungo termine, La Venaria Reale ha affidato ad un'agenzia, tramite una gara, l'incarico di collaborare con l'Ufficio Comunicazione e Stampa alla gestione dei social media della Reggia di Venaria.

Per il successivo triennio 2019-2021, con l'obiettivo di dare seguito alla strategia e alle attività svolte, di consolidare e migliorare i risultati ottenuti e di rilanciare il processo di sviluppo con una prospettiva più ampia e a lungo termine, il Consorzio delle Residenze Reali Sabaude intende affidare, tramite gara, l'incarico di collaborare con l'Ufficio Web e Social Media dell'Area Comunicazione e Promozione alla gestione dei social media afferenti alla Reggia di Venaria

Ad oggi, la piattaforma comprende:

- Facebook
- Twitter
- Google +
- You Tube
- Instagram
- Spotify
  
- Flickr
- Foursquare
- Yelp
- Tripadvisor

## Obiettivi.

---

1. Gestione quotidiana dei social media della Reggia di Venaria in grado di rispondere alle esigenze comunicative dell'istituzione e di essere sempre al passo con gli sviluppi tecnologici e mediatici offerti dal web e dai social network.
2. Crescita delle community dei singoli social in termini numerici.
3. Cura e sviluppo della rete organica dei profili social
4. Sviluppo e potenziamento dell'engagement da parte delle community.
5. Permanenza del brand La Venaria Reale nelle op list social del panorama nazionale e internazionale in ambito museale e turistico.

## Prestazioni richieste.

---

Si richiede la messa in atto di una **social media strategy** a lungo termine, condivisa con l'Ufficio Web e Social Media della Consorzio, che preveda metodologie, organizzazione del lavoro, linee guida e attività da realizzare nell'arco dei tre anni di affidamento, al fine di raggiungere gli obiettivi prefissati.

Si richiede l'adozione di una **modalità di gestione** delle attività redazionali necessarie alla presenza quotidiana sui social media della piattaforma, concordata con l'ufficio competente, che tenga conto del lavoro di tutti i soggetti coinvolti in tale programmazione (copywriting e graphic design) e del rapporto con i referenti del Consorzio.

In particolare l'agenzia, elaborando i contenuti forniti dall'Ufficio di riferimento e producendo contenuti in autonomia, deve predisporre un piano editoriale a cadenza mensile e provvedere alla pubblicazione quotidiana dei contenuti sulle varie piattaforme.

Si richiede l'adozione dello **stile**, del **linguaggio**, del **mood** e della metodologia di **storytelling** che contraddistinguono la Reggia di Venaria nel panorama social museale e turistico, proseguendo nel solco di quanto fatto fino ad oggi e rafforzando gli elementi identificativi della Reggia, dei suoi valori e del suo duplice ruolo di istituzione e "azienda" culturale.

Si richiede la pianificazione e la **gestione di campagne di advertising** sui principali social (Facebook, Instagram, Twitter, You Tube) e su Google sulla base del budget individuato dall'Ufficio Web e Social Media, rendicontando periodicamente le performance delle campagne, gli esiti degli investimenti e risultati raggiunti.

Si richiede **monitoraggio** regolare del web e dei social media al fine di sondare il *sentiment* relativo alla Reggia di Venaria e fornire periodiche **analisi** dettagliate del lavoro che si sta svolgendo, dei risultati ottenuti, delle criticità e delle prospettive.

Si richiede costante aggiornamento sulle **nuove tendenze** in ambito di comunicazione digitale, sia nel settore culturale che turistico, finalizzate a ricevere conseguenti proposte per tenere La Venaria Reale al passo con i trend, con il gusto e con le direzioni del mercato. Si richiede inoltre l'eventuale **implementazione della piattaforma** con nuovi profili e nuovi social network.

Si richiede la progettazione e la realizzazione di almeno **sei eventi online e offline** annuali legati ai social network. Tali eventi, finalizzati a creare interesse nei confronti della Reggia in fasce di mercato potenzialmente nuove e a coinvolgere la community, devono essere realizzati in

collaborazione con il Consorzio e coperti sia dal punto organizzativo che di supporto mediatico. Si richiede inoltre la partecipazione ai principali eventi social in ambito museale e culturale (ex. MuseumWeek).

Si richiede la **copertura e cronaca live**, sui social media, dei principali eventi annuali della Reggia: almeno cinque conferenze stampa all'anno e almeno cinque eventi in programma all'anno, per un totale di 10 annui.

Al fine di mettere in atto le attività richieste e di raggiungere gli obiettivi individuati, si richiede l'individuazione di un **referente unico dell'agenzia** dedicato al progetto, per una stretta collaborazione con l'Ufficio Web e Social Media, con il quale concordare ogni attività, attraverso la condivisione di processi lavorativi online e tramite una **riunione organizzativa settimanale presso la sede del Consorzio alla Reggia di Venaria**.

## **Prestazioni oggetto di valutazione.**

---

### **1. Presentazione dell'agenzia**

Il concorrente dovrà presentare un curriculum aziendale completo, corredato di una presentazione dell'agenzia, del portfolio clienti, di lavori realizzati e di eventuali progetti realizzati, con particolare riferimento a quelli in ambito museale e culturale.

*Valutazione:*

- *prestigio e rilevanza dei clienti dell'agenzia: 10 punti;*
- *competenza ed esperienza maturata nella gestione di profili social in ambito museale e culturale: 10 punti;*
- *qualità dei progetti realizzati: 10;*
- *competenza ed esperienza maturata nell'organizzazione di eventi social: 5 punti;*
- *ulteriori esperienze e competenze maturate: 5 punti.*

### **2. Monitoraggio e analisi.**

Il concorrente dovrà indicare in modo specifico come intende procedere al monitoraggio del web e dei social media al fine di sondare il *sentiment* relativo alla Reggia di Venaria e fornire periodiche analisi dettagliate del lavoro che si sta svolgendo, dei risultati ottenuti, delle criticità e delle prospettive. Sarà valutato il metodo di monitoraggio e la periodicità.

*Valutazione:*

- *metodo di monitoraggio: 5 punti;*
- *periodicità: 5 punti.*

### **3. Nuove tendenze.**

Il concorrente dovrà indicare in modo specifico come intende procedere con l'aggiornamento sulle nuove tendenze in ambito di comunicazione digitale, sia nel settore culturale che turistico. Le informazioni acquisite saranno finalizzate a ricevere conseguenti proposte per tenere La Venaria Reale al passo con i trend, con il gusto e con le direzioni del mercato. Sarà valutato il metodo di aggiornamento e la periodicità.

*Valutazione:*

- *metodo di aggiornamento: 5 punti;*
- *periodicità: 5 punti.*

#### 4. **Eventi online e offline.**

Il concorrente dovrà indicare eventuali incrementi al numero di eventi a base di gara (tre **eventi online** e tre **offline** annuali, per un totale di 6 annui) che intende proporre e la tipologia di copertura organizzativa e mediatica che intende adottare.

*Valutazione:*

- *eventuale incremento del numero di eventi: 5 punti;*
- *tipologia di copertura organizzativa e mediatica: 5 punti.*

#### 5. **Copertura e cronaca live.**

Il concorrente dovrà indicare eventuali incrementi al numero di eventi annuali della Reggio a base di gara (almeno cinque conferenze stampa all'anno e almeno cinque eventi in programma all'anno, per un totale di 10 annui) che intende proporre e la tipologia che intende adottare per l'evento.

*Valutazione:*

- *eventuale incremento del numero di eventi: 5 punti;*
- *tipologia di copertura: 5 punti;*

### **Importo a base di gara**

---

L'importo a base di gara è di complessivi euro 60.000,00, oltre IVA, di cui Euro 40.000,00 per il servizio biennale ed euro 20.000,00 per eventuale proroga di ulteriori 12 mesi, a decorrere dalla data di avvio del servizio.

Valutazione: 20 punti

### **Criteri di assegnazione**

---

Offerta economicamente più vantaggiosa, di cui all'art. 95, c. 2, del D.Lgs n. 50/2016 e s.m.i, sulla base del miglior rapporto qualità/prezzo.