

FONDAZIONE TEATRO DELL'OPERA DI ROMA*Avviso di concorso di progettazione***SEZIONE I: AMMINISTRAZIONE AGGIUDICATRICE**

I.1) DENOMINAZIONE, INDIRIZZI E PUNTI DI CONTATTO: Fondazione Teatro dell'Opera di Roma, Piazza Beniamino Gigli 7- 00184 Roma - Italia. Servizio Affari Economici. Telefono 06.48160.276, Fax 06.4880752, indirizzo di posta elettronica: economato@operaroma.it ; indirizzo internet: www.operaroma.it.

Responsabile del procedimento: Dr. Roberto Sabatini

Ulteriori informazioni sono disponibili presso: i punti di contatto sopra indicati.

Il bando di concorso e la documentazione complementare sono disponibili presso: punti di contatto sopra indicati.

Le proposte vanno inviate a: Fondazione Teatro dell'Opera di Roma – Ufficio Protocollo – Piazza Beniamino Gigli 7, 00184 Roma (Italia). e dovranno essere redatte, collazionate e recapitate secondo le modalità tassativamente previste, a pena di esclusione, alle Sezioni 1, 2 e 3 del "Disciplinare di gara" allegato al Bando di Concorso.

I.2) TIPO DI AMMINISTRAZIONE AGGIUDICATRICE: Organismo di diritto pubblico

SEZIONE II: OGGETTO DELL'APPALTO

II.1.1) Oggetto: Concorso di idee internazionale per la realizzazione di una campagna integrata per la valorizzazione dell'immagine della Fondazione e per la realizzazione di un efficace sistema di comunicazione.

II.1.2) Breve descrizione: il Concorso Internazionale, indetto dalla Fondazione Teatro dell'Opera di Roma è finalizzato alla realizzazione di una campagna integrata per la valorizzazione dell'immagine della Fondazione e per la realizzazione di un efficace sistema di comunicazione, verso l'esterno, delle attività e del marchio della Fondazione.

II.1.3) CPV: 79341400 - 79341100



SEZIONE III: INFORMAZIONI DI CARATTERE GIURIDICO, ECONOMICO, FINANZIARIO E TECNICO.

III.1) Criteri per la selezione dei partecipanti: i progetti saranno esaminati da una commissione nominata con apposito provvedimento del Sovrintendente e composta da rappresentanti della Fondazione e da esperti di comunicazione

III.2) informazioni relative ad una particolare professione:

1. a società e/o studi di pubblicità, marketing e comunicazione;
2. a liberi professionisti che svolgono attività professionale, inerente all'oggetto del bando, in forma documentata, sia come liberi professionisti, sia come dipendenti di studi e agenzie, sia come dipendenti di aziende, enti ed istituzioni;
3. a laureati/diplomati presso scuole di formazione post-diploma o di livello universitario di marketing e comunicazione pubbliche e private;

Sono esclusi dalla partecipazione al bando i dipendenti degli studi e delle agenzie che presentino proposte per il presente concorso. I candidati sono liberi di realizzare il progetto preliminare secondo la loro esperienza professionale e secondo le loro autonome valutazioni. Ogni concorrente dovrà avere almeno uno dei requisiti di cui ai punti 1) 2) 3). Possono concorrere singoli individui ovvero gruppi, non formalmente costituiti, allegando in questo ultimo caso la nomina di un "referente di progetto" sottoscritta da tutti i componenti del gruppo. Ogni componente del gruppo dovrà possedere uno dei requisiti di cui ai punti 2) 3). Ogni singolo o gruppo o società o studio può presentare un solo progetto. Ogni componente di un gruppo, non potrà partecipare al progetto di un gruppo diverso. Oltre ai motivi di esclusione di cui al presente articolo, non possono partecipare al concorso: i membri effettivi o supplenti della Commissione giudicatrice, le società di cui uno o più componenti della Commissione abbiano partecipazioni dirette o indirette, le società che hanno alle proprie dipendenze uno o più componenti della Commissione, i parenti fino al terzo grado e i dipendenti dei membri della Commissione.

SEZIONE IV: PROCEDURA

IV.1) TIPO DI CONCORSO: procedura aperta

IV.3) Criteri da applicare alla valutazione dei progetti: Il giudizio della Commissione giudicatrice è vincolante e insindacabile. Le proposte saranno esaminate valutandone le



caratteristiche tecniche e l'efficacia comunicativa in riferimento agli obiettivi della Fondazione. La Commissione ha facoltà di non premiare alcuna delle opere presentate, qualora lo ritenga opportuno.

IV.3) INFORMAZIONI DI CARATTERE AMMINISTRATIVO

IV.4.1) Numero di riferimento attribuito al dossier dall'amministrazione aggiudicatrice: Prot. 001754

IV.4.2) Condizioni per ottenere la documentazione complementare: il presente avviso, il bando di concorso, il disciplinare di gara, sono resi disponibili all'indirizzo internet indicato al punto I.1).

IV.4.3) TERMINE PER IL RICEVIMENTO DEI PROGETTI E DELLE DOMANDE DI PARTECIPAZIONE : ENTRO LE ORE 12 DEL GIORNO 19/04/2012. L'Ufficio Protocollo della Fondazione è aperto al pubblico dalle ore 10.00 alle ore 12 e dalle ore 15. 00 alle ore 16.00, dal lunedì al venerdì.

IV.4.5) Lingua utilizzabile per la presentazione dell'offerta: la documentazione richiesta per la partecipazione alla gara deve essere redatte in lingua italiana.

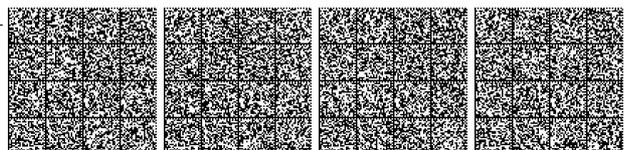
IV.5.3) Appalti successivi: SI - I primi cinque classificati, ai sensi dell'art. 108 comma 5, del D.lgs. 163/06, saranno invitati alla successiva procedura negoziata, per l'affidamento dei servizi in epigrafe per un periodo di 24 mesi dalla data di affidamento.

SEZIONE VI: ALTRE INFORMAZIONI

VI.2) INFORMAZIONI COMPLEMENTARI: il concorso prevede la realizzazione di un progetto preliminare per l'immagine e la comunicazione della Fondazione. A titolo indicativo e non esaustivo si elencano di seguito i campi di intervento.

Corporate Identity

1. lo studio, l'analisi e l'eventuale revisione dell'identità del marchio Teatro dell'Opera di Roma;



2. l'applicazione e la declinazione della Corporate Identity sui principali formati di comunicazione interna ed esterna, su supporti cartacei, digitali, audio e video.

Campagna pubblicitaria

1. lo studio e l'analisi del mercato storico, attuale e potenziale;
2. la determinazione degli obiettivi e delle strategie di comunicazione;
3. la ideazione, visualizzazione ed elaborazione dei messaggi sul piano creativo;
4. l'eventuale produzione di materiali utili ad un'efficace attività di promozione;
5. l'eventuale selezione e pianificazione dei mezzi da utilizzare con l'ausilio dei più idonei ed aggiornati strumenti di rilevazione offerti dal mercato.

Attività Digitali

1. lo studio, l'analisi e l'eventuale revisione dell'attuale piattaforma Website, unitamente alla relativa compatibilità su multi-piattaforma (tablet e mobile);
2. il Social networking.

Pubbliche Relazioni

1. lo studio, l'implementazione di una efficace strategia di pubbliche relazioni;
2. l'individuazione di nuove forme di rapporto con la stampa extra settore (lifestyle) e New Media.

Partnership

- 1) l'efficace gestione e valorizzazione delle partnership esistenti
- 2) l'individuazione di nuovi prospect per l'attività di sponsorizzazione

VI.4) PROCEDURE DI RICORSO

VI.4.1) Organismo responsabile delle procedure di ricorso: Tribunale Amministrativo Regionale per il Lazio, Via Flaminia 189, Roma, sito internet www.giustizia-amministrativa.it.

VI.4.5) Data di spedizione del presente bando alla UE: 17 febbraio 2012

Il sovrintendente
dott. Catello De Martino

TS12BFM3335 (A pagamento).

