

RICHIESTA DI OFFERTA PER L’AFFIDAMENTO DIRETTO DEL SERVIZIO DI COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE, UFFICIO STAMPA E GESTIONE DEI CANALI DIGITALI

La presente richiesta è rivolta a operatori economici invitati ed è finalizzata all’affidamento diretto del servizio di comunicazione istituzionale, ai sensi dell’art. 50, comma 1, lett. b), del D.Lgs. 31 marzo 2023, n. 36.

L’obiettivo è individuare un operatore economico in forma singola, associata o in raggruppamento temporaneo in grado di gestire in modo coordinato ed efficace la comunicazione dell’Ordine e della Fondazione, sia verso gli iscritti/e sia verso il pubblico esterno. La comunicazione è intesa come strumento informativo e come dispositivo di costruzione di contenuti culturali e di posizionamento dell’Ordine rispetto ai temi della professione.

Il servizio comprende newsletter settimanale e dedicate, sito web, ufficio stampa, social media (Instagram, Facebook e attivazione e sviluppo LinkedIn), gestione del canale WhatsApp e comunicazione eventi, comprensiva della produzione grafica dei contenuti.

Particolare rilevanza è attribuita alla qualità dei contenuti editoriali, che dovranno essere sviluppati dall’affidatario e risultare coerenti con i temi dell’architettura, del progetto, del paesaggio e delle attività dell’Ordine e della Fondazione.

1. OGGETTO DELL’INCARICO

Il presente affidamento ha ad oggetto il servizio integrato di comunicazione istituzionale, ufficio stampa, gestione dei canali digitali, comunicazione eventi e produzione dei relativi contenuti editoriali e grafici, a supporto delle attività della Fondazione Architetti Bergamo e dell’Ordine degli Architetti PPC della Provincia di Bergamo.

L’incarico comprende, in via accessoria, l’attività di supporto allo sviluppo di relazioni con partner, sponsor e sostenitori, nei limiti e secondo le condizioni indicate nel presente invito.

L’attività di supporto allo sviluppo partnership ha carattere accessorio rispetto al servizio principale di comunicazione e non attribuisce all’affidatario alcun potere autonomo di rappresentanza, negoziazione, assunzione di impegni, concessione di visibilità o autorizzazione all’uso dei loghi della Fondazione o dell’Ordine. Ogni proposta dovrà essere preventivamente valutata e approvata dalla Fondazione e, ove pertinente, dall’Ordine.

2. INQUADRAMENTO ORGANIZZATIVO

Il servizio è svolto in coordinamento con la Responsabile della Comunicazione dell’Ordine (Consigliera delegata), secondo le Linee guida approvate con Deliberazione n. 16/2026, e con il direttivo di Fondazione Architetti Bergamo per le attività di propria competenza.

Per le attività accessorie inerenti allo sviluppo di relazioni con partner, sponsor e sostenitori, l’affidatario opererà in coordinamento con la Fondazione Architetti Bergamo, titolare del piano di fundraising e del programma Alleanza Architettura. Restano riservate alla Fondazione in coordinamento con l’Ordine, la valutazione di coerenza istituzionale, culturale, deontologica ed economica delle proposte.

3. METODO DI LAVORO E STANDARD QUALITATIVI

L’affidatario/a dovrà garantire un presidio operativo continuativo in coordinamento con il Responsabile della Comunicazione dell’Ordine e con la Segreteria dell’Ordine e della Fondazione per le attività di rispettiva competenza, assicurando una gestione proattiva della comunicazione. Il servizio richiede:

3.1 Autonomia editoriale

Capacità di sviluppare contenuti in autonomia, assicurando qualità formale, chiarezza e coerenza con i temi dell’architettura, del paesaggio e del territorio. L’affidatario/a è responsabile della correttezza formale e della coerenza comunicativa dei contenuti prodotti, nel rispetto degli indirizzi forniti dall’Ordine e/o dalla Fondazione.

3.2 Coordinamento integrato

Garanzia di uniformità del messaggio su tutti i canali (sito, social media, newsletter, stampa), costruendo un sistema riconoscibile ed efficace.

3.3 Tempi, flessibilità e tempestività

Garanzia di presidio operativo continuativo dei canali e delle comunicazioni istituzionali.

Data la natura dinamica delle attività dell'Ordine e della Fondazione, che può rendere non sempre possibile una programmazione a lungo termine, è richiesta una adeguata flessibilità operativa. L'affidatario si impegna ad assicurare disponibilità e tempestività nella gestione delle attività, garantendo l'elaborazione dei contenuti e la predisposizione dei materiali grafici e testuali anche entro tempistiche ridotte, in coerenza con le esigenze contingenti e con il calendario istituzionale.

3.4 Monitoraggio e reporting

Monitoraggio costante delle attività di comunicazione e restituzione periodica (trimestrale) tramite report sintetici sull'andamento dei canali e sull'efficacia delle singole iniziative, da condividere attraverso incontri in presenza dedicati.

3.5 Etica, deontologia e trasparenza

Ogni attività deve essere svolta nel rigoroso rispetto del Codice Deontologico, dell'identità istituzionale dell'Ordine e della Fondazione e dei principi di terzietà, trasparenza, correttezza, assenza di conflitti di interesse e tutela dell'autonomia culturale, scientifica, formativa e istituzionale degli enti. La comunicazione di iniziative, eventi o progetti realizzati anche con partner o soggetti sostenitori non potrà in alcun caso configurare approvazione, raccomandazione, certificazione o valutazione preferenziale di prodotti, servizi, materiali o operatori economici. La presenza di partner o sponsor non potrà attribuire agli stessi alcun diritto di condizionamento sui contenuti, sui relatori, sui programmi o sulle decisioni degli enti.

4. ATTIVITÀ RICHIESTE

4.1 Comunicazione istituzionale

Supporto alla definizione e attuazione della strategia di comunicazione dell'Ordine e della Fondazione, con redazione di contenuti istituzionali coerenti e coordinamento dei messaggi sui diversi canali (newsletter, sito, social media e stampa).

4.2 Newsletter

Gestione e redazione della newsletter istituzionale, su documenti forniti dalla segreteria dell'Ordine e/o dalla Fondazione, con cadenza settimanale, strutturata in modo chiaro e gerarchico. Predisposizione di newsletter dedicate per eventi, corsi e iniziative, con contenuti orientati all'azione e integrazione con il sito web. Sarà da predisporre una bozza, al fine di controllo dei contenuti, entro il giorno prima della pubblicazione.

4.3 Sito web

Aggiornamento e pubblicazione dei contenuti sul sito istituzionale, creazione di pagine dedicate a eventi e iniziative, organizzazione delle informazioni e gestione di sezioni specifiche.

4.4 Ufficio stampa

Redazione e diffusione di comunicati stampa, gestione delle relazioni con media locali e nazionali, promozione delle attività dell'Ordine e della Fondazione e gestione delle richieste da parte della stampa.

4.5 Social media

Gestione coordinata dei canali Instagram e Facebook e attivazione e sviluppo del canale LinkedIn. Definizione della linea editoriale, produzione e pubblicazione dei contenuti, comunicazione di eventi, servizi e attività formative.

4.6 Canale WhatsApp

Gestione del canale WhatsApp istituzionale, per la diffusione di comunicazioni rapide, essenziali, di servizio e di coordinamento con le comunicazioni pubblicate sugli altri canali.

4.7 Rassegna stampa

Raccolta e monitoraggio delle uscite stampa, organizzazione dei contenuti e pubblicazione sul sito istituzionale.

4.8 Integrazione dei canali

Coordinamento tra tutte le attività sopracitate, al fine di costruire un sistema comunicativo coerente, efficace e riconoscibile.

4.9 Supporto alla programmazione culturale

Supporto alla definizione e allo sviluppo dei contenuti culturali e delle iniziative dell'Ordine e della Fondazione, anche attraverso contributi alla costruzione dei programmi, degli eventi e delle attività tematiche.

4.10 Supporto a progetti speciali

Supporto alla comunicazione di progetti specifici e iniziative straordinarie promosse dall'Ordine e dalla Fondazione, anche attraverso attività dedicate e personalizzate.

In coerenza con il piano di fundraising della Fondazione Architetti Bergamo e con il programma Alleanza Architettura, l'affidatario potrà inoltre svolgere, in via accessoria in forma non esclusiva, attività di supporto allo sviluppo di relazioni con partner, sponsor e sostenitori.

4.11 Comunicazione eventi e produzione grafica

Ideazione e realizzazione dei materiali grafici a supporto degli eventi sulla base di format già in uso da Ordine e da Fondazione (locandine, visual, materiali digitali).

Produzione grafica per contenuti social media (post, caroselli, stories) e adattamento dei contenuti ai diversi canali (sito, social media, newsletter), garantendo coerenza visiva, riconoscibilità e continuità con l'identità istituzionale dell'Ordine e della Fondazione.

TABELLA CADENZA ATTIVITÀ (INDICATIVA)

Canale / Attività	Frequenza / Volume stimato	Note
Sito web	Aggiornamento continuativo, indicativamente fino a circa 300 contenuti/anno	Aggiornamento notizie, eventi e rassegna stampa.
Newsletter settimanale	Ogni martedì (50-52 invii/anno)	Struttura chiara e gerarchica delle notizie.
Newsletter dedicate	2-3 al mese	Per eventi, corsi e iniziative specifiche.
Social media (IG, FB, LinkedIn)	2-3 post + 5-8 stories a settimana	Definizione linea editoriale e pubblicazione.
Canale WhatsApp	1-2 messaggi a settimana	Comunicazioni rapide, essenziali e di servizio.
Ufficio stampa	6-10 comunicati / 3-6 inviti anno	Redazione, diffusione e gestione relazioni media.
Comunicazione esterna	Cadenza trimestrale (salvo necessità specifiche)	Valorizzazione ruolo Ordine e Fondazione sul territorio.
Supporto sviluppo partnership / fundraising	Attività accessoria, su richiesta e previa autorizzazione della Fondazione	Scouting, schede di segnalazione, supporto materiali, interlocuzioni operative, follow-up e sviluppo relazione nell'ambito del piano Alleanza Architettura o di altri programmi approvati dalla Fondazione.
Rassegna stampa	Monitoraggio continuo	Pubblicazione sul sito e restituzione all'Ordine ogni 15 giorni.
Report di monitoraggio	Trimestrale	Analisi sintetica dell'andamento dei canali e iniziative (incontro in presenza).
Grafica eventi	60-80 locandine/visual anno	Ideazione e realizzazione materiali grafici.
Grafica digital/social	350-400 unità anno	Adattamento contenuti, post, caroselli e stories.

5. MODALITÀ DI PRESENTAZIONE OFFERTE

Gli operatori economici invitati potranno presentare la propria proposta come soggetti in forma singola, associata o in raggruppamento temporaneo. In caso di raggruppamento o forma associata dovrà essere indicato un/una capogruppo unico referente, responsabile del coordinamento operativo del servizio.

Il coordinamento operativo tra i diversi ambiti dovrà essere garantito direttamente dal/dalla capogruppo del proponente. In caso di forma associata o raggruppamento temporaneo, sarà richiesta la capacità di organizzare e gestire in autonomia il coordinamento tra le diverse attività, garantendo integrazione, coerenza e continuità operativa.

6. DURATA

La durata dell'incarico sarà di 12 mesi dalla data di sottoscrizione del contratto.

L'Ordine e la Fondazione si riservano la facoltà, non vincolante, di esercitare un'opzione di proroga per un'ulteriore durata massima di 12 (dodici) mesi, alle medesime condizioni economiche e contrattuali dell'affidamento

principale. Tale facoltà dovrà essere comunicata all'affidatario a mezzo posta elettronica certificata almeno 60 (sessanta) giorni prima della scadenza naturale del contratto. Il valore dell'eventuale opzione di proroga sarà considerato ai fini della determinazione del valore complessivo dell'affidamento.

7. IMPORTO E COMPENSO VARIABILE DI RISULTATO

A) Servizio ordinario di comunicazione

L'importo complessivo a base di affidamento è pari a € 17.000 oltre IVA e oneri di legge.

Tale importo remunera tutte le attività previste dal presente avviso e, in particolare, le attività indicate nella sezione "Attività richieste".

Sono escluse dall'importo a base di affidamento, salvo diverso accordo scritto, attività non espressamente previste dal presente avviso, quali campagne pubblicitarie a pagamento, acquisto di immagini, font o licenze, servizi fotografici o video, motion graphic, stampa fisica dei materiali, sviluppo tecnico del sito, manutenzione informatica, campagne di comunicazione straordinarie o ulteriori attività eccedenti per volume, urgenza o complessità rispetto al perimetro indicato.

B) Attività accessoria di supporto allo sviluppo partnership e compenso variabile di risultato

In coerenza con il piano di fundraising della Fondazione Architetti Bergamo e con il programma Alleanza Architettura, l'affidatario potrà svolgere, in via accessoria ma non esclusiva, attività di supporto allo sviluppo di relazioni con partner, sponsor e sostenitori.

Tale attività dovrà essere svolta esclusivamente in coordinamento con la Fondazione. Restano riservate a Fondazione la valutazione di coerenza istituzionale, culturale, deontologica ed economica delle proposte, nonché ogni decisione relativa all'approvazione, al rifiuto, alla formalizzazione e alla gestione dei rapporti con partner e sponsor.

L'affidatario non potrà assumere impegni, definire condizioni economiche, concedere visibilità, autorizzare l'uso dei loghi o formulare promesse in nome e per conto della Fondazione o dell'Ordine senza preventiva autorizzazione scritta.

Per le partnership approvate dagli enti, formalmente sottoscritte e regolarmente incassate dalla Fondazione, potrà essere riconosciuto all'affidatario un compenso variabile di risultato, calcolato sulle somme effettivamente incassate dalla Fondazione, al netto di IVA e di eventuali costi vivi.

Il compenso variabile sarà commisurato all'apporto effettivo dell'affidatario, secondo tre livelli predeterminati e non oggetto di offerta economica:

b1) Segnalazione qualificata

Individuazione di un potenziale partner coerente con gli obiettivi della Fondazione, accompagnata da una scheda sintetica di valutazione e dai riferimenti utili al contatto.

Compenso riconoscibile: 5% delle somme effettivamente incassate.

b2) Sviluppo della relazione

Attività ulteriore rispetto alla segnalazione, comprendente supporto ai materiali di presentazione, interlocuzioni operative, follow-up e accompagnamento alla costruzione della proposta.

Compenso riconoscibile: 12% delle somme effettivamente incassate.

b3) Acquisizione completa

Individuazione del partner, avvio del contatto, sviluppo della relazione, accompagnamento della proposta e contributo determinante alla formalizzazione dell'accordo.

Compenso riconoscibile: 25% delle somme effettivamente incassate per partner nuovi, strategici, non appartenenti alla rete già consolidata della Fondazione.

Il compenso sarà dovuto esclusivamente in caso di effettiva approvazione, formalizzazione e incasso delle somme da parte della Fondazione. Nessun compenso sarà dovuto per soggetti già contrattualizzati, già presenti nel programma Alleanza Architettura.

Ogni proposta di partnership o sponsorizzazione dovrà essere tracciata mediante apposita scheda sintetica, con indicazione del soggetto proposto, referente, stato della relazione, coerenza con il piano di fundraising e livello di attività richiesto all'affidatario.

La presenza di partner e sponsor nei materiali dell'Ordine e della Fondazione non costituisce approvazione, raccomandazione, certificazione o valutazione preferenziale di prodotti, servizi, materiali o operatori economici. I partner e sponsor non potranno in alcun modo condizionare contenuti culturali, scientifici, formativi o istituzionali.

8. PARTECIPAZIONE

Requisiti richiesti:

- partita IVA o forma giuridica idonea allo svolgimento del servizio;
- regolarità contributiva;
- esperienza documentata in comunicazione istituzionale e digitale;
- esperienza documentata nella gestione coordinata di almeno due tra i seguenti ambiti: newsletter, sito web, social media, ufficio stampa, produzione grafica, comunicazione eventi;
- assenza di cause di esclusione previste dalla normativa vigente;
- assenza di conflitti di interesse rispetto all'oggetto dell'incarico.

9. CONTENUTI DELL'OFFERTA

Gli operatori economici invitati dovranno presentare:

A) Documentazione amministrativa

- dichiarazione di regolarità contributiva;
- dichiarazione di assenza di conflitti di interesse;
- indicazione dell'operatore economico concorrente e, in caso di forma associata o raggruppamento, del capogruppo referente.

B) Offerta tecnica

- CV e portfolio lavori;
- composizione del team;
- curricula dei componenti effettivamente dedicati al servizio;
- descrizione della proposta tecnica e organizzazione del servizio (max 5 A4);
- eventuale indicazione di professionisti under 40 coinvolti, con ruolo, competenze e livello di partecipazione;

C) Offerta economica

- ribasso percentuale offerto sull'importo a base di affidamento

10. CRITERI DI VALUTAZIONE

L'affidamento diretto avverrà mediante valutazione delle proposte presentate dagli operatori invitati, tendo in considerazione i seguenti elementi

- Qualità della proposta tecnica e culturale: saranno valutati la coerenza della proposta con gli obiettivi degli enti, l'approccio strategico, la qualità dei contenuti editoriali proposti e l'innovatività delle soluzioni comunicative.
- Esperienza e portfolio, con particolare riferimento alla comunicazione istituzionale e alla comunicazione nel settore dell'architettura, del progetto, del paesaggio o in ambiti affini.
- Organizzazione del servizio e qualità del gruppo di lavoro proposto. I componenti del gruppo di lavoro indicati in offerta dovranno essere effettivamente impiegati nell'esecuzione del servizio. Eventuali sostituzioni dovranno essere preventivamente comunicate e motivate, garantendo profili professionali equivalenti o superiori.

La scelta per affidamento diretto sarà inoltre effettuata sulla base delle competenze documentate, con particolare riferimento agli ambiti della comunicazione digitale, produzione grafica, social media e innovazione dei linguaggi comunicativi.

11.MODALITÀ E TERMINE DI PRESENTAZIONE DELLE CANDIDATURE

Le proposte degli operatori economici invitati, complete di tutta la documentazione richiesta, dovranno pervenire, a pena di esclusione, **entro e non oltre il giorno 07.09.2026 alle ore 12.00 tramite la piattaforma telematica Sintel – Aria S.p.A.** Non saranno ammesse offerte presentate con modalità diverse da quelle indicate nella piattaforma telematica.

12.RIFERIMENTI PROCEDURALI E INFORMAZIONI

La presente procedura è condotta ai sensi dell'art. 50, comma 1, lett. b) del D.Lgs. 31 marzo 2023, n. 36. La richiesta di presentazione offerte, rivolta agli operatori invitati, è finalizzata all'acquisizione degli elementi necessari alla scelta dell'affidatario e non costituisce procedura di gara aperta.

Per informazioni e chiarimenti è possibile scrivere all'indirizzo consiglio@architettibergamo.it.

L'organo competente per le procedure di ricorso è il Tribunale Amministrativo Regionale per la Lombardia.

13.PRIVACY E TRATTAMENTO DEI DATI

L'affidatario/a tratterà i dati personali eventualmente messi a disposizione dall'Ordine e dalla Fondazione esclusivamente per le finalità connesse all'esecuzione dell'incarico e nel rispetto della normativa vigente in materia di protezione dei dati personali. Ove necessario, prima dell'avvio del servizio l'affidatario/a sarà nominato responsabile esterno del trattamento dei dati personali.

L'affidatario/a dovrà garantire che eventuali dati personali trattati nell'ambito delle attività accessorie di sviluppo partnership siano utilizzati esclusivamente per le finalità autorizzate dalla Fondazione e nel rispetto della normativa vigente in materia di protezione dei dati personali. Ogni eventuale trasferimento di dati personali a partner o sponsor potrà avvenire esclusivamente previa idonea base giuridica e, ove necessario, previo consenso libero, specifico, informato e documentato degli interessati.

Bergamo, 25.6.2026