

SCHEDA TECNICA - SERVIZIO DI COMUNICAZIONE, ORGANIZZAZIONE EVENTI E CATERING DI REGIONE LOMBARDIA – LOTTO 2: SERVIZIO DI CAMPAGNE ISTITUZIONALI DI COMUNICAZIONE E PRODOTTI AD ALTO CONTENUTO DIGITALE

Tipologia e oggetto del servizio	SERVIZIO DI CAMPAGNE ISTITUZIONALI DI COMUNICAZIONE E PRODOTTI AD ALTO CONTENUTO DIGITALE.
Descrizione del servizio	La comunicazione istituzionale sta vivendo una fase di grandi cambiamenti: la rivoluzione dei big data, gli strumenti di Intelligenza Artificiale, la centralità dei content creator sui social media, lo sviluppo di ambienti di interazione digitale come il Metaverso sono oggi dei fattori imprescindibili per la progettazione delle azioni di comunicazione di Regione Lombardia. Le campagne di comunicazione di oggi sono ormai in larga misura digital oriented. I canali digitali per via della loro immediatezza e agile accessibilità sono diventati un asset strategico nella comunicazione tra Pubblica Amministrazione e cittadini. Questi ultimi, infatti, sempre più si aspettano di essere coinvolti e rappresentati in modo immediato e attivo e fanno un uso pervasivo di canali e strumenti digitali per far sentire la propria voce e cercare risposte rapide e chiare ai propri bisogni specifici. Oggetto del presente Lotto è l'acquisto di uno o più servizi che coprano tutte le attività costituenti le campagne istituzionali di comunicazione (analisi scenario, elaborazione strategica della campagna, impostazione dell'idea creativa) con una particolare attenzione allo sviluppo di iniziative e prodotti ad alto contenuto e valore digitale. Il supporto richiesto riguarda lo sviluppo delle seguenti attività elencate a titolo esemplificativo e non esaustivo: contenuti digital oriented, social content, attività di listening e advocacy online, digital pr, ingaggio di influencer/creator, web design, ottimizzazione SEO e SEM, strategie di comunicazione push, progetti di profilazione e interazione funzionale con i vari target, campagne e progetti di comunicazione tradizionale o digital first e data driven. Le attività, i progetti e i contenuti dovranno essere realizzati garantendo il rispetto delle normative vigenti in materia di comunicazione per le Pubbliche Amministrazioni, con particolare attenzione in materia di accessibilità e usabilità, copyright, privacy e tutela dei dati personali e rispetto della visual identity dell'Ente. Tutti i servizi forniti dovranno essere progettati e realizzati in maniera coerente e integrata con i servizi, prodotti e canali già attivi ed eventualmente affidati ad altri Fornitori.
Modalità e sedi di esecuzione del servizio	Il servizio dovrà essere svolto presso la sede dell'Aggiudicatario. Durante le fasi preliminari e propedeutiche alla realizzazione del servizio, lo stesso dovrà essere svolto in stretta collaborazione con la Direzione Generale competente di Regione Lombardia, collegandosi da remoto tramite collegamenti telematici, oppure, in accordo con la Direzione Generale competente di Regione Lombardia, potrà essere svolto, in caso di necessità, in presenza presso gli uffici regionali, concordando sempre le modalità e garantendo in caso di necessità la presenza delle risorse presso la sede di Regione Lombardia nell'arco temporale di 24 ore (solari) dalla richiesta. Tali modalità non potranno prevedere, in nessun caso, l'assegnazione di una postazione fissa. ONERI A CARICO DELL'AGGIUDICATARIO: al fine di assolvere compiutamente al servizio, inoltre, dovrà essere assicurata, con oneri a carico dell'aggiudicatario, la strumentazione informatica, i collegamenti internet e telefonici. Inoltre, sono a carico dell'aggiudicatario, intendendosi ricomprese nei corrispettivi, le spese di trasferta del proprio personale relative alle attività e agli adempimenti occorrenti all'integrale esecuzione di tutte le attività e i servizi oggetto del contratto.

	MODALITÀ DI REALIZZAZIONE E DI ESPLETAMENTO DEI SERVIZI Di seguito si descrive il modello di funzionamento del servizio: BRIEF: la Direzione Generale richiedente il servizio invia all'Aggiudicatario un Brief, ovvero un documento contenente le seguenti informazioni: - o obiettivi generali comunicativi; - o caratteristiche e tipologia delle attività, dei servizi e dei prodotti attesi; - o eventuali oneri della sicurezza da interferenza; - o target di riferimento; - o un elenco quanto più dettagliato delle caratteristiche del progetto da realizzare e ogni altra informazione di contesto e/o dettaglio utile. DEBRIEF: l'Aggiudicatario è tenuto a presentare, entro 5 (cinque) giorni lavorativi dalla ricezione del predetto Brief, e salvo diverso accordo scritto per le vie brevi tra le parti, un Debrief che interpreti e implementi il Brief con la proposta strategica e operativa relativa ai servizi del presente Lotto. Inoltre, il Debrief dovrà contenere il preventivo di spesa, formulato sulla base dell'offerta economica presentata e degli eventuali rimborsi come previsto dagli atti di gara. A seguito della ricezione del Debrief ovvero a seguito dello svolgimento dell'incontro/degli incontri preparatorio/i, la Direzione Generale richiedente il servizio ha facoltà di richiedere all'Aggiudicatario ulteriori modifiche e/o aggiornamenti del Debrief, al fine di addivenire ad un documento condiviso. L'Aggiudicatario è tenuto a presentare il nuovo Debrief aggiornato entro 5 (cinque) giorni lavorativi dalla ricezione degli aggiornamenti/integrazioni del Brief da parte della Direzione Generale richiedente il servizio. VALIDAZIONE DEL DEBRIEF: Una volta definito il contenuto del Debrief nella sua versione finale, la Direzione Generale richiedente il servizio lo presenta alla Commissione Comunicazione per il rilascio del suo parere, ai sensi della L.R. n. 9/1990. In caso di parere positivo della Commissione Comunicazione, senza richiesta di modifiche al Debrief, la Direzione Generale approva tale proposta attraverso una comunicazione formale da inviare all'Aggiudicatario. In caso di parere positivo con richiesta di modifiche al Debrief della Commissione Comunicazione, la Direzione Generale chiede aggiornamenti/integrazioni all'Aggiudicatario, al fine di addivenire ad un documento definitivo. Tale ultimo Debrief viene trasmesso dalla Direzione Generale al RUP per una condivisione finale; una volta acquisito il parere favorevole da parte del RUP via mail, la Direzione Generale trasmette il Debrief all'Aggiudicatario con una comunicazione formale. Alla suddetta comunicazione formale dovrà essere allegato il Debrief accettato dalla Direzione Generale richiedente il servizio, al cui interno sono specificati i contenuti del servizio che verrà erogato. In caso di mancato invio della suddetta comunicazione formale da parte dell'Amministrazione Regionale, nulla sarà dovuto per le attività sopra citate. In aggiunta a quanto sopra, al termine di ciascuna campagna istituzionale, anche ai fini della trasmissione del certificato di regolare esecuzione, l'Aggiudicatario dovrà trasmettere al DEC e al RUP un dettaglio delle spese sostenute in relazione all'acquisto/noleggio delle attrezzature utilizzate e ai servizi erogati per l'esecuzione del servizio e non direttamente riferibili all'Aggiudicatario.
Attività, prodotti	Si elencano di seguito i prodotti previsti nel presente Lotto: A. Servizio di sviluppo di nuovo <i>brand</i> e linee guida di immagine coordinata Il Servizio è finalizzato al presidio, aggiornamento e implementazione di nuovi sistemi di identità visiva. Comprende, a titolo esemplificativo e non esaustivo: manuali di identità visiva, <i>brand guideline</i> operative, definizione e aggiornamento di palette cromatiche e font

istituzionali, sistemi di gabbie modulari, template standardizzati, *toolkit* grafici interni, revisione e razionalizzazione di materiali preesistenti, fornitura di tutti i file in formato aperto necessari all'implementazione delle linee guida.

B. Servizio di elaborazione di documenti di analisi di *brand reputation*

Il servizio ha ad oggetto la realizzazione di documenti strutturati di analisi di *brand reputation*, finalizzati alla valutazione del posizionamento complessivo – online e offline – nonché alla misurazione dell'efficacia delle strategie di comunicazione adottate.

Il servizio comprende l'analisi sistematica di dati qualitativi e quantitativi, provenienti da fonti eterogenee, e la loro elaborazione in report analitici, strategici e operativi, utili alla definizione o al miglioramento delle politiche di comunicazione istituzionale.

C. Servizio di realizzazione di campagne istituzionali di comunicazione multicanale

Si elencano di seguito i sottoservizi che sarà possibile richiedere, nell'ambito del servizio di realizzazione di campagne istituzionali di comunicazione.

1. Analisi dello scenario, definizione obiettivi strategici, obiettivi di comunicazione, ideazione e presentazione della proposta creativa, report conclusivo della campagna

Il servizio prevede la redazione di un documento strutturato e completo che includa l'analisi dello scenario, la definizione degli obiettivi strategici e degli obiettivi di comunicazione, completa di indicatori di risultato KPI, nonché l'ideazione e la presentazione di n. 3 proposte creative distinte e alternative sia per copy che per visual. L'Aggiudicatario è tenuto a consegnare un report finale di campagna che dovrà includere: una sintesi chiara dei risultati raggiunti in relazione agli obiettivi strategici e di comunicazione, mettendo in evidenza valori qualitativi e quantitativi in relazione ai KPI individuati. Dovrà essere presente un elenco di tutte le azioni realizzate su ogni strumento e comprendere un capitolo finale di conclusioni e takeaways strategici.

2. Adattamento della creatività a strumenti e formati di comunicazione istituzionale

2.1 Adattamenti di creatività per canali digitali

Il servizio prevede la realizzazione di fino a n. 20 adattamenti della creatività di campagna per la declinazione su canali digitali, quali a titolo di esempio: immagini per landing page o siti web, immagini per social media, *advertising* digitale, stampa online, google *ads*, DOOH (Digital Out of Home).

Oltre ad immagini potranno essere richieste brevi animazioni a uso social o DOOH in formato mp4.

2.2 Adattamenti di creatività per i formati stampa

Il servizio prevede la realizzazione di fino a n. 20 adattamenti della creatività di campagna per la declinazione su:

- canali stampa (offline): pubblicità per quotidiani e riviste locali e nazionali, inserti tematici;
- manifesti, pannellistica, locandine, *brochure*, *leaflet*.

Si precisa che gli adattamenti dovranno essere forniti *print ready* quindi, a titolo di esempio: in alta risoluzione e quadricromia, con abbondanze e margini, *crop marks*, adeguato profilo colore, etc.

2.3 Realizzazione video standard e relativi adattamenti

Il servizio prevede la realizzazione di video denominati "standard" della durata massima di 5 minuti, realizzati senza girato, utilizzando immagini

stock, Intelligenza Artificiale e semplici animazioni. Il servizio comprende tutte le attività necessarie alla consegna del video: condivisione dello storyboard e dello script con la Direzione generale richiedente il servizio, attività di montaggio, sottotitolazione (fino a 3 lingue), correzione colore. Per ogni video potranno essere richieste fino a 3 revisioni e fino a 10 adattamenti per l'utilizzo su canali digitali quali, a titolo di esempio: Stories IG, Reel, Spot youtube, video didattici, supporto per convegni, video Tik-tok.

2.4 Realizzazione video plus e relativi adattamenti

Il servizio prevede la realizzazione di video denominati "plus" della durata massima di 5 minuti, realizzati con girato, attori reali, interviste anche in esterna. Il servizio comprende tutte le attività necessarie alla consegna del video: condivisione dello storyboard e dello script con la Direzione Generale richiedente, operazioni di pre-produzione (location, casting, definizione troupe tecnica, costumi e trucco), riprese, montaggio e post-produzione, sottotitolazione fino a 5 lingue, pagamento di tutte le spese per diritti d'autore, acquisto di immagini, etc.

Per ogni video potranno essere richieste fino a 3 revisioni che non comportino il remake delle riprese e fino a 10 adattamenti per l'utilizzo su canali digitali quali, a titolo di esempio: Stories IG, Reel, Spot YouTube, video didattici, supporto per convegni, video Tik-tok.

2.5 Realizzazione spot radio

Il servizio prevede l'ideazione, progettazione, produzione e consegna di uno spot radiofonico istituzionale della durata massima di 60 secondi, finalizzato alla diffusione della campagna di comunicazione sui canali radiofonici individuati dall'Amministrazione Regionale. L'Aggiudicatario dovrà presentare un copione radiofonico soggetto ad approvazione della Direzione generale richiedente il servizio. Successivamente alla registrazione dello spot saranno a carico dell'Aggiudicatario tutte le operazioni di post-produzione.

2.6 Realizzazione spot TV

Il servizio prevede l'ideazione, progettazione, produzione e consegna di uno spot televisivo istituzionale della durata massima di 60 secondi finalizzato alla diffusione della campagna di comunicazione sui canali televisivi locali e nazionali individuati dall'Amministrazione Regionale. L'Aggiudicatario dovrà presentare uno storyboard soggetto ad approvazione della Direzione Generale richiedente. Successivamente, saranno a carico dell'Aggiudicatario tutte le operazioni di pre-produzione (location, casting, definizione troupe tecnica, costumi e trucco), riprese, montaggio e post-produzione, pagamento di tutte le spese per diritti d'autore, acquisto di immagini, e fino a n. 10 adattamenti a tutti i formati richiesti.

2.7 Individuazione, contatto e gestione di testimonial/influencer/content creator/speaker

Il servizio comprende: analisi preliminare dei profili, verifica della reputazione online, compatibilità con i valori istituzionali, attività di ingaggio, contrattualistica, definizione dei compensi, coordinamento logistico, supervisione alla creazione dei contenuti che coinvolgono il testimonial. Sarà cura dell'Aggiudicatario, nell'ambito del presente Servizio elaborare un piano di coinvolgimento nella campagna del

testimonial/influencer/content creator/speaker, ovvero una roadmap che evidenzia le attività e il coinvolgimento richiesto.

D. Servizio di realizzazione n. 5 puntate podcast

Fornitura di n. 5 puntate podcast pronte alla pubblicazione sui canali individuati dall'Amministrazione Regionale (es. Canale Spotify di Regione Lombardia). Le puntate avranno una durata media di 20 minuti. Il servizio comprende, a titolo esemplificativo: le riunioni preparatorie, le attività di ricerca e ingaggio di speaker e ospiti, gestione di sigle ed elementi sonori, montaggio e attività di post produzione.

E. Servizio di progettazione infografica e Data Visualization

Servizio volto alla trasformazione di dati complessi su politiche regionali in rappresentazioni visive sintetiche, chiare e accessibili.

Nell'ambito di questo servizio l'Amministrazione Regionale richiederà la realizzazione di 1 prodotto tra i seguenti:

- Infografica per uso giornalistico
- Mappa tematica
- Visualizzazione dati da report (es. Diagramma relativo alle fan base dei canali social)

F. Servizio di impaginazione editoriale

Servizio dedicato alla strutturazione grafica e impaginazione di contenuti editoriali complessi, con definizione di gabbie, gerarchie tipografiche e coerenza stilistica. Si precisa che gli adattamenti dovranno essere forniti *print ready* quindi, a titolo di esempio: in alta risoluzione e quadricromia, con abbondanze e margini, *crop marks*, adeguato profilo colore, etc.

Per ogni prodotto potranno essere richieste fino a 3 revisioni.

Comprende, a titolo esemplificativo e non esaustivo: pubblicazioni periodiche, magazine, cataloghi, atti di convegni, collane editoriali, e-book, pubblicazioni digitali in PDF/EPUB, documenti multilingua.

G. Servizio di traduzione professionale e interpretariato

Servizio di traduzione professionale di testi, documenti anche tecnici e specialistici, materiali editoriali, contenuti multimediali e script relativi alle campagne istituzionali di comunicazione dell'Amministrazione Regionale.

L'Aggiudicatario dovrà garantire un servizio di traduzione accurato (convenzionalmente una cartella è pari a 1.500 battute spazi inclusi, conforme allo stile istituzionale, linguisticamente corretto e coerente con le specificità terminologiche della Pubblica Amministrazione, nelle seguenti lingue: Inglese-Francese-Tedesco-Spagnolo-Arabo-Cinese-Ucraino-Urdu-Russo + altre lingue UE + altre lingue extra europee.

I servizi di interpretariato (consecutiva-simultanea-chuchotage) dovranno essere garantiti a mezza giornata /giornata intera e/o attraverso n. 3 servizi bidule (set composto da n. 20 ricevitori) nelle lingue UE e altre lingue extra europee.

Nei servizi di interpretariato si intendono ricompresi anche i servizi di Interpretariato LIS (Lingua dei Segni Italiana).

Per tutti i servizi si deve garantire sempre l'urgenza nelle 24 ore successive alla richiesta.

H. Servizio di stampa

Servizio di stampa sulla base del tariffario allegato alla presente scheda tecnica.

L'Amministrazione Regionale sarà proprietario di tutti i diritti di riutilizzo, modifica e diffusione dei prodotti acquisiti. Per questo motivo, tutti i file dovranno essere consegnati in formato aperto modificabile.

In generale, l'Amministrazione Regionale potrà avvalersi del proprio service grafico per la realizzazione/modifica dei prodotti oggetto di questo lotto.

I costi dei servizi riferiti al presente lotto devono intendersi onnicomprensivi delle spese

	sostenute dalle figure professionali coinvolte e per eventuali trasferte. In nessun caso i servizi di cui al presente lotto comprendono la pianificazione e l'acquisto di spazi pubblicitari. Rimborsi: L'Amministrazione Regionale rimborserà direttamente all'aggiudicatario, a valere sul budget disponibile per la campagna di comunicazione istituzionale, dietro presentazione della regolare documentazione di spesa debitamente quietanzata (fatture, ricevute fiscali, dichiarazioni di pagamento, purché fiscalmente regolari), le eventuali spese, preventivamente autorizzate, relative ai costi sostenuti per testimonial/influencer/content creator/speaker e dei costi dei relativi servizi di assistenza logistica (titoli di viaggio, servizi di alloggio e trasferimento), costi specifici per diritto d'autore ed ogni eventuale ulteriore spesa.
Durata del contratto	Il contratto avrà durata di 21 mesi dalla data di sottoscrizione del contratto.
Base d'asta	La base d'asta ammonta a € 2.989.186,73 IVA esclusa. Gli oneri della sicurezza da interferenza sono pari a € 0,00.
Corrispettivi e relativa modalità di erogazione	I corrispettivi saranno erogati tramite pagamenti bimestrali in base agli stati di avanzamento delle attività. A tal fine, l'Aggiudicatario dovrà produrre una rendicontazione dettagliata delle attività svolte nel periodo di riferimento, dando evidenza del rispetto delle tempistiche previste dal Debrief finale e dei prodotti realizzati e, a conclusione del contratto, una rendicontazione finale delle attività. Le rendicontazioni di cui sopra saranno approvate dal DEC, previo parere favorevole della Direzione Generale richiedente il servizio, attraverso una comunicazione formale, alla quale sarà allegata l'attestazione di regolare esecuzione del servizio propedeutica all'emissione della fattura.
Contenuti offerta tecnica	L'offerta tecnica dovrà essere composta da: 1. Presentazione di n. 3 campagne di comunicazione realizzate negli ultimi 3 anni, presentate in massimo 30 slide sintetiche, svolte per Amministrazioni pubbliche o soggetti privati di grandi dimensioni come definiti dalla Raccomandazione 2003/361/CE. Si specifica che non saranno prese in considerazione e non saranno valutate campagne di comunicazione realizzate per conto di Regione Lombardia. 2. Una relazione tecnica contenente le proposte per: 2.1 le modalità organizzative e operative proposte per garantire la gestione efficace di eventuali picchi di attività e situazioni di particolare carico di lavoro, assicurando la continuità, la qualità e il rispetto dei tempi di esecuzione dei servizi richiesti; 2.2 presentazione dell'eventuale rete di testimonial/influencer/content creator/speaker con indicazione delle relative campagne realizzate. Si specifica che non saranno presi in considerazione e non saranno valutate campagne di comunicazione realizzate per conto di Regione Lombardia. 3. Caso pratico simulato riferito all'attività di ideazione di una Campagna di comunicazione multicanale verso le giovani donne in occasione della Giornata annuale contro la violenza sulle donne (25 novembre) con particolare attenzione alla promozione delle politiche regionali relative al tema, promuovendo la conoscenza del sito https://www.nonseidasola.regione.lombardia.it, del numero verde e della rete dei centri antiviolenza, sulla base delle informazioni del BRIEF allegato alla presente scheda tecnica. 4. Presentazione di uno script completo di uno spot radiofonico legato alla campagna di comunicazione di Regione Lombardia "NON SEI DA SOLA".

	5. Presentazione di uno storyboard e script di uno spot televisivo "girato" legato alla campagna di comunicazione di Regione Lombardia "NON SEI DA SOLA". 6. Le certificazioni di cui al punto 6 della sezione "Criteri di valutazione". 7. (Eventuale) in caso di avvalimento premiale, contratto di avvalimento.
Pesi	Il punteggio massimo attribuibile è pari complessivamente a 100 con i pesi seguenti: • offerta tecnica: punteggio massimo pari a 80 • offerta economica: punteggio massimo pari a 20.
Criteri di valutazione	L'offerta tecnica sarà valutata in base ai seguenti criteri: 1. Presentazione di n. 3 campagne di comunicazione, presentate in massimo di 30 slide sintetiche, di cui al Punto 1 della Sezione "Contenuti offerta tecnica" - verranno valutati: originalità e innovazione delle proposte creative presentate, con particolare rilevanza all'ambito digital e alla realizzazione di iniziative specificamente rivolte al target Gen Z - (<u>max 10 punti</u>) (DISCREZIONALE). Si specifica che non saranno presi in considerazione e non saranno valutate campagne di comunicazione realizzate per conto di Regione Lombardia. 2.1 Relazione tecnica di cui al Punto 2.1 della Sezione "Contenuti offerta tecnica" – verranno valutati: l'efficacia della relazione tecnica in termini di grado di innovazione delle soluzioni operative proposte per garantire la gestione efficace di eventuali picchi di attività e situazioni di particolare carico di lavoro, assicurando la continuità, la qualità e il rispetto dei tempi di esecuzione dei servizi richiesti (<u>max 5 punti</u>) (DISCREZIONALE). 2.2 Relazione tecnica di cui al Punto 2.2 della Sezione "Contenuti offerta tecnica" – verranno valutati: qualità, ampiezza e rilevanza della rete di testimonial/influencer/content creator/speaker proposta, capacità dimostrata dal concorrente di attivare tale rete in campagne di comunicazione (<u>max 5 punti</u>) (DISCREZIONALE). 3 Caso pratico simulato - verranno valutate la qualità complessiva e la coerenza degli elaborati proposti rispetto alla casistica individuata al Punto 3 della Sezione "Contenuti dell'Offerta tecnica" - (<u>max 20 punti</u>) (DISCREZIONALE). 4 Script completo di uno spot radiofonico di cui al Punto 4 della Sezione "Contenuti offerta tecnica" - verranno valutate: - originalità, intesa come la capacità di presentare idee nuove e uniche che si distinguano dalle soluzioni convenzionali e dalle pratiche più comuni; - qualità e impatto dei sottofondi musicali e dei testi parlati proposti; - chiarezza espositiva; - capacità di coinvolgimento emotivo dei target di riferimento; - efficacia e memorabilità del messaggio veicolato.- (<u>max 10 punti</u>) (DISCREZIONALE). 5 Storyboard e script di uno spot televisivo "girato" di cui al Punto 5 della Sezione "Contenuti offerta tecnica" - verranno valutate: - originalità, intesa come la capacità di presentare idee nuove e uniche che si distinguano dalle soluzioni convenzionali e dalle pratiche più comuni; - qualità e impatto delle scene, sia da un punto di vista visivo, che di testi parlati proposti; - chiarezza espositiva; - capacità di coinvolgimento emotivo dei target di riferimento; - efficacia e memorabilità del messaggio veicolato. - (<u>max 10 punti</u>) (DISCREZIONALE). 6 Caratteristiche dell'offerente (<u>max 20 punti</u>) (TABELLARE):

	6.1 possesso della certificazione ISO 9001 in corso di validità: 3 punti; 6.2 possesso della certificazione rilasciata a fronte della norma ISO/IEC 27001:2022 oppure dell'edizione 2013 della norma, in relazione alla Sicurezza delle Informazioni: 3 punti; 6.3 possesso della certificazione di parità di genere UNI/PDR 125_2022: 3 punti; 6.4 possesso certificazione: ISO 27017 (cloud security); 3 punti; 6.5 ISO 20121 (gestione sostenibile eventi): 3 punti; 6.6 l'offerente è una micro, piccola o media impresa, oppure - nel caso di un consorzio o un raggruppamento di imprese (anche costituendo) - almeno uno dei componenti è una micro, piccola o media impresa: 5 punti. <i>In caso di consorzi o RTI, le certificazioni- ai fini dell'attribuzione del punteggio - devono essere posseduti da almeno uno dei componenti.</i>
Capacità tecnica e professionale	Esecuzione negli ultimi dieci anni dalla data di pubblicazione della procedura di almeno n. 1 servizio analogo a quello oggetto della gara, ovvero organizzazione di campagne di comunicazione per Committenti pubblici/privati, di importo complessivo minimo pari a € 1.400.000,00 al netto dell'IVA.
Privacy: specificare se il fornitore dovrà trattare per conto di Regione Lombardia dati personali	L'Aggiudicatario dovrà trattare dati personali per conto di Regione Lombardia.