

**ALLEGATO 1: DESCRIZIONE ATTIVITA' PER L'ESECUZIONE DEL SERVIZIO DI PROGETTAZIONE GRAFICA E COMUNICAZIONE VISIVA DELLA PROGRAMMAZIONE ARTISTICA E DELLE ATTIVITÀ ISTITUZIONALI ORGANIZZATE DALLA FONDAZIONE TEATRO LIRICO GIUSEPPE VERDI DI TRIESTE**

**PREMESSE**

La Fondazione intende procedere all'acquisizione di manifestazioni di interesse da parte di operatori economici in possesso dei requisiti di ordine generale e speciale, indicati nell'Avviso di indagine di mercato, di cui il presente documento costituisce Allegato, da invitare alla successiva procedura di selezione, di cui all'art. 50, comma 1, lett. e), D.lgs. 36/2023 e s.m.i., finalizzata all'affidamento di un contratto avente ad oggetto il servizio di progettazione grafica e comunicazione visiva della programmazione artistica e delle attività istituzionali organizzate dalla Fondazione Teatro Lirico Giuseppe Verdi di Trieste.

Il periodo per il quale la Fondazione necessita di una copertura per il suddetto servizio è indicativamente dal 01 luglio 2025 al 30 giugno 2028.

**DESCRIZIONE DEI SERVIZI RICHIESTI**

Il servizio consiste nella progettazione e realizzazione di materiali grafici per la comunicazione della programmazione artistica e delle attività istituzionali della Fondazione, con l'obiettivo di valorizzare l'immagine del Teatro e di raggiungere il pubblico in modo efficace e coinvolgente.

**Nello specifico, il Fornitore dovrà occuparsi di:**

**1. Ideazione e creazione di immagini coordinate per la comunicazione:**

- Sviluppo di concept grafici originali e distintivi per la stagione lirica e di balletto (indicativamente 10 titoli), operette (3), opere in un atto (2), concerti ed eventi speciali (8), stagione estiva (a partire dal 2026) e comunicazione istituzionale (auguri, campagne 5x1000, fundraising, ecc.); i numeri indicati si intendono approssimativi e possono variare durante la programmazione della stagione artistica;
- Progettazione di una nuova cornice grafica per la comunicazione generale di ogni Stagione Sinfonica, Lirica e di Balletto;
- Creazione di proposte per il merchandising del Teatro (tazze, magliette, borse, articoli di cancelleria, ecc.);
- Realizzazione di frame grafici standardizzati per la comunicazione di concerti sinfonici, con personalizzazione di testi e immagini.

**2. Realizzazione di materiali di comunicazione:**

- Declinazione delle immagini create in un'ampia gamma di formati per la comunicazione online e offline: banner per social media e siti web, manifesti di diverse dimensioni, pieghevoli, volantini, cartoline, inviti istituzionali, annunci pubblicitari, ecc;
- Montaggio di materiali grafici, fotografie e video forniti dalla Fondazione per la creazione di spot video animati per campagne TV, ledwall e altri supporti.

**3. Impaginazione di programmi di sala e libretti:**

- Impaginazione di programmi di sala e libretti di sala (circa 7 con una media di 140 pagine ciascuno e circa 5 con una foliazione variabile tra 30 e 80 pagine ciascuno).
- Eventuale aggiornamento e ristampa dei libretti nel corso della stagione.

**L'obiettivo del servizio è di:**

- Valorizzare l'immagine del Teatro e rafforzarne la riconoscibilità a livello locale, nazionale e internazionale;
- Promuovere la programmazione artistica ed incentivare la partecipazione del pubblico agli eventi;
- Comunicare i valori e la mission del Teatro in modo efficace e coinvolgente;
- Fornire al Teatro materiali grafici di alta qualità che rispondano alle specifiche esigenze di comunicazione dei singoli eventi e delle campagne istituzionali.

Il Fornitore deve tenere conto del calendario degli eventi del Teatro, che prevede:

- Una stagione artistica da settembre a luglio, con una media di 2-3 eventi al mese (escluso agosto, mese di chiusura estiva);
- Una stagione estiva con produzioni concentrate nei mesi di giugno e luglio, con cadenza plurisettimanale.

Il Fornitore è tenuto a rispettare le seguenti tempistiche per la consegna dei materiali grafici:

- **Immagini di comunicazione:** le immagini definitive, pronte per l'utilizzo, devono essere consegnate al Teatro con un anticipo di almeno tre mesi rispetto alla data di inizio dell'evento o della campagna di comunicazione;
- **Materiali POP/ADV:** le bozze dei materiali (manifesti, locandine, pieghevoli, ecc.) devono essere presentate al Teatro un mese prima dell'evento, salvo diverse indicazioni per eventi last minute. Il Teatro si riserva il diritto di richiedere modifiche al testo delle bozze (in media 3-5 modifiche per bozza);
- **Materiali definitivi:** i materiali in versione definitiva, pronti per la stampa, devono essere consegnati 15-20 giorni prima dell'approvazione esecutiva per la stampa, secondo un calendario di lavoro che sarà concordato con il Teatro. Le bozze e i materiali definitivi devono essere approvati dal Referente della Fondazione prima della stampa o della pubblicazione.

## REQUISITI E CONDIZIONI GENERALI DEL SERVIZIO

L'operatore economico affidatario dovrà possedere e garantire il rispetto dei seguenti requisiti e competenze:

- **Team di lavoro altamente qualificato:** l'operatore economico dovrà disporre di un team di professionisti con comprovata esperienza nel settore della progettazione grafica e della comunicazione visiva, in grado di garantire un elevato livello di qualità e creatività nell'esecuzione dei servizi richiesti. Nello specifico, si richiede la presenza di figure professionali con competenze specialistiche in:
  - progettazione grafica per la stampa e per il web;
  - illustrazione e fotografia;
  - web design e social media marketing;
  - montaggio video e animazione;
  - conoscenza delle tecniche di stampa e dei materiali di consumo;
  - gestione di progetti complessi e rispetto delle scadenze.
- **Conoscenza del settore dello spettacolo dal vivo:** è auspicabile che l'operatore economico abbia maturato esperienze pregresse nella realizzazione di progetti di comunicazione per istituzioni culturali e/o per il settore dello spettacolo dal vivo, al fine di garantire una migliore comprensione delle esigenze specifiche della Fondazione Teatro Lirico Giuseppe Verdi di Trieste.
- **Rispetto del Codice Etico e massima riservatezza:** l'operatore economico dovrà impegnarsi a fornire al proprio personale una copia del Codice Etico della Fondazione e a garantirne la puntuale osservanza. Dovrà inoltre assicurare la massima riservatezza su tutte le informazioni acquisite durante l'esecuzione del contratto, impegnandosi a non divulgarle a terzi senza previa autorizzazione scritta della Fondazione.
- **Disponibilità alla collaborazione e al monitoraggio:** l'operatore economico dovrà dimostrare la massima disponibilità a collaborare con il personale della Fondazione, al fine di garantire un efficace coordinamento delle attività e il raggiungimento degli obiettivi prefissati. La Fondazione si riserva di effettuare attività di monitoraggio durante l'esecuzione del servizio, al fine di verificare il rispetto degli standard qualitativi e delle normative vigenti.
- **Flessibilità e capacità di problem solving:** l'operatore economico dovrà essere in grado di gestire eventuali imprevisti e di adattarsi alle esigenze specifiche della Fondazione, dimostrando flessibilità e capacità di problem solving nella risoluzione di eventuali criticità.



### **CORRISPETTIVO E CONDIZIONI DI PAGAMENTO**

Il corrispettivo offerto per l'affidamento del servizio è da intendersi onnicomprensivo di tutti i costi e gli oneri necessari per la completa esecuzione delle prestazioni richieste, inclusi a titolo esemplificativo e non esaustivo i costi del personale impiegato, costi per l'acquisto e l'utilizzo di attrezzature e software, spese di trasferta e di soggiorno, spese generali ed amministrative, ed ogni altro costo o onere connesso all'esecuzione del servizio.

Il pagamento del corrispettivo contrattuale pattuito avverrà tramite bonifico bancario entro 30 giorni dall'emissione di regolare fattura elettronica, in rate trimestrali posticipate e previa verifica della regolarità della prestazione eseguita.