



AUTORITÀ GARANTE  
DELLA CONCORRENZA  
E DEL MERCATO



*Direzione Rapporti Istituzionali, Relazioni Esterne,  
Comunicazione e Stampa*

CAPITOLATO TECNICO PER L’AFFIDAMENTO DEL SERVIZIO DI  
REALIZZAZIONE DELLA CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE PER  
L’AUTORITA’

**AFFIDAMENTO DEL SERVIZIO DI  
IDEAZIONE E REALIZZAZIONE DI CAMPAGNE DI COMUNICAZIONE ED EVENTI  
PER L’AUTORITA’ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO**

**- CAPITOLATO TECNICO -**



## **INDICE**

<b>ART. 1 – OGGETTO</b>	<b>pag. 3</b>
<b>ART. 2 – DURATA</b>	<b>pag. 3</b>
<b>ART. 3 - TIPOLOGIA E CONTENUTO DELLE PRESTAZIONI</b>	<b>pag. 4</b>
<b>ART. 4 – PRECISAZIONI SUI SERVIZI</b>	<b>pag. 18</b>



## ART. 1 – OGGETTO

L’Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (di seguito anche Autorità o AGCM) intende acquisire un servizio per la realizzazione di una campagna di comunicazione, dettagliata nei paragrafi successivi, da realizzarsi in collaborazione con il Ministero delle Imprese e del Made in Italy (MIMIT) sulla base di una specifica convenzione.

L’obiettivo della campagna di comunicazione, che si svolgerà indicativamente nel periodo maggio 2025 - marzo 2026, è garantire una diffusione ampia e una sensibilizzazione efficace sui temi consumeristici, attraverso la formazione e l’informazione di un’ampia e diversificata platea di soggetti, come dettagliato nei successivi punti I., II. e III.

Data l’importanza della qualità del servizio per l’immagine dell’Autorità, è fondamentale che le prestazioni siano eseguite con professionalità e rigore, mediante personale di comprovata affidabilità ed esperienza. La procedura di affidamento avverrà tramite GARA EUROPEA A PROCEDURA APERTA sulla piattaforma telematica ASP, messa a disposizione da Consip come dettagliato nel Disciplinare e nel documento denominato “Schema di contratto”, caricati a sistema.

## ART. 2 – DURATA

La durata del contratto decorrerà dalla data di stipula fino al completamento dei servizi relativi all’attività di comunicazione, prevista, presumibilmente, da maggio 2025 a ottobre 2026.

L’Aggiudicatario dovrà predisporre un **Piano di dettaglio** che descriva in modo puntuale le attività e le modalità organizzative da adottare, nonché il cronoprogramma di tutte le attività. Tale Piano dovrà includere tre piani esecutivi relativi ai punti I, II e III di cui all’art. 3 del presente capitolato.

Il Piano ha lo scopo di esplicitare le caratteristiche del Servizio a un livello di dettaglio esecutivo, consentendone una chiara e univoca comprensione.

Il Piano dovrà essere trasmesso entro 15 giorni lavorativi dalla data di notifica del provvedimento di approvazione del contratto e sarà soggetto ad approvazione scritta da parte dall’Amministrazione. Quest’ultima si riserva di comunicare l’accettazione del Piano entro un termine congruo o di richiedere eventuali integrazioni e/o modifiche, specificando la tempistica ritenuta utile per la loro acquisizione e validazione finale.

La mancata presentazione del Piano di dettaglio e del relativo cronoprogramma entro il termine di 15 giorni potrà comportare l’applicazione di penali e, in caso di ulteriore inadempimento, la risoluzione del contratto.

Entro tre giorni dall’approvazione del Piano sarà convocata la riunione di kickoff del Progetto, durante la quale sarà redatto il verbale che attesterà la data di avvio delle attività previste dal presente capitolato.



Tutte le attività e i servizi descritti nel presente capitolato e nell’offerta tecnica presentata dalla società aggiudicataria dovranno essere concluse entro la scadenza del contratto con le modalità e le tempistiche indicate nel piano di dettaglio e negli obblighi contrattuali.

Alla data di scadenza del contratto, quest’ultimo si intenderà cessato senza necessità di disdetta da parte dell’Amministrazione aggiudicatrice.

### **ART. 3 - TIPOLOGIA E CONTENUTO DELLE PRESTAZIONI**

La campagna di comunicazione si articolerà in tre iniziative specifiche:

- I. Campagna di comunicazione nazionale #convienesaperlo destinata agli studenti delle scuole secondarie di primo e secondo grado, corredata da evento conclusivo di premiazione della campagna;*
- II. Attività di formazione rivolta ai responsabili e agli operatori delle associazioni addetti agli sportelli per i consumatori, finanziati nell’ambito dei bandi/Regioni MIMIT;*
- III. Campagna di comunicazione sul decalogo predisposto dall’Autorità in materia di e-commerce e truffe online.*

Dalle declinazioni grafiche delle tre iniziative dovrà emergere chiaramente che si tratta di un’unica campagna di comunicazione dell’AGCM, in collaborazione con il MIMIT.

Per la progettazione, realizzazione e gestione della campagna è richiesto un unico Capo progetto/Account senior, con almeno 8 anni di esperienza nel ruolo, che abbia coordinato o diretto negli ultimi 5 anni almeno una campagna di comunicazione di livello nazionale. Dovrà essere allegato il curriculum vitae.

Si evidenzia che sarà valutato anche il numero di anni di esperienza del Capo progetto/Account senior, superiore ai requisiti minimi stabiliti nel presente capitolato.



## **I. CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE NAZIONALE #convienesaperlo**

Nel 2020 ha preso il via la campagna di informazione #Convienesaperlo, rivolta ad un pubblico diversificato. Dal 2022, l’iniziativa si è focalizzata in particolare sugli studenti delle scuole secondarie di I e II grado, introducendo il concorso #convienesaperlo (anche a scuola). L’Autorità intende ora proseguire questo progetto, acquisendo i servizi descritti di seguito nelle **sezioni “A” e “B”**.

### **SEZIONE A** **CAMPAGNA #convienesaperlo**

**Periodo di svolgimento:** maggio 2025 - novembre 2025

**Obiettivi:** la campagna dovrà informare i giovani consumatori sui loro diritti, sugli strumenti da utilizzare per far valere le proprie ragioni e sulle strutture da contattare per avere supporto nella risoluzione di pratiche commerciali scorrette. La campagna dovrà prevedere un concorso ad hoc che permetta di verificare le competenze acquisite dagli studenti; si richiede di raggiungere l’obiettivo minimo di 2000 studenti partecipanti, appartenenti ad almeno 15 istituti scolastici distribuiti sul territorio nazionale. Il media plan, a supporto dell’iniziativa, dovrà realizzare almeno 10 milioni di reach sui social media, attraverso social ads e campagne targhetizzate.

La Società aggiudicataria dovrà inoltre attivarsi per contattare un numero cospicuo di scuole, presenti su tutto il territorio nazionale, in modo da favorire l’inserimento dei diritti dei consumatori nel Piano di offerta formativa (POF) e la partecipazione al concorso.

**Target:** studenti delle scuole secondarie di I e II grado.

#### **Attività richieste:**

**a. Ideazione e realizzazione di un concorso con differenti livelli di difficoltà sul tema dei diritti dei consumatori,** per far sì che i giovani conoscano, in modo semplice e comprensibile, i diritti di cui sono titolari, gli strumenti che possono utilizzare per far valere le proprie ragioni e le strutture da contattare per la risoluzione di pratiche commerciali scorrette. L’Autorità, con questa campagna di comunicazione, intende dare quindi continuità all’attività di formazione dei giovani consumatori intrapresa negli scorsi anni, attraverso l’indizione di un concorso a premi, per poi verificarne le competenze acquisite anche nel corso dell’evento finale di premiazione. Il concorso dovrà prevedere due graduatorie separate per scuole secondarie di I e II grado. Gli studenti vincitori daranno la possibilità alla propria classe o a più classi del proprio istituto (secondo l’impostazione scelta) di partecipare all’evento finale di premiazione, di cui alla successiva SEZIONE B.

**b.** Qualora la Società aggiudicataria proponesse la realizzazione di un concorso tra istituti scolastici e non tra i singoli studenti, oltre ai voucher del valore di euro 10.000, 6.000 e 3.000 da assegnare sia alle scuole secondarie di I sia di II grado che si classificheranno al primo, secondo e terzo posto, si dovrà comunque prevedere una forma di selezione all’interno delle stesse scuole, al fine di individuare gli studenti cui assegnare i primi tre premi individuali di ciascuna categoria, del valore, rispettivamente, di euro 1.500, 1000 e 500. L’individuazione dei premi individuali sarà



concordata con l’AGCM. Qualora la società optasse per la realizzazione di un concorso tra singoli studenti si dovrà comunque prevedere oltre ai premi individuali di cui sopra l’assegnazione dei voucher del valore di euro 10.000, 6.000 e 3.000 alle scuole secondarie di appartenenza di I e di II grado degli studenti classificati al 1°, 2° e 3° posto.

L’operatore economico aggiudicatario, a proprie spese, si occuperà per conto dell’AGCM dell’acquisto ed erogazione dei premi individuali e collettivi, con relativi oneri fiscali, della gestione amministrativa, della documentazione e delle pratiche concorsuali: autorizzazione ministeriale, fideiussione a garanzia montepremi, regolamento privacy ecc.

**c. Pubblicazione e diffusione del concorso sul sito [convienesaperlo.agcm.it](http://convienesaperlo.agcm.it), sui canali social dell’Autorità e su piattaforme target-specifiche.** Il concorso dovrà essere promosso attraverso una campagna da pubblicare su piattaforme idonee a diffonderne i contenuti, sul sito [convienesaperlo.agcm.it](http://convienesaperlo.agcm.it) e sui canali social dell’Autorità, nonché attraverso eventuali altre forme di divulgazione proposte dalla Società aggiudicataria. **Produzione di contenuti grafici in linea con lo stile delle precedenti campagne.** Tutte le creatività prodotte dovranno essere graficamente in linea con le campagne #Convienesaperlo svolte negli anni passati, in modo da garantire la riconoscibilità del concorso, già ampiamente diffuso nelle edizioni precedenti.

**d. Creazione e pubblicazione di materiali informativi sulla tutela dei consumatori.** La Società aggiudicataria, sotto la supervisione dell’AGCM, dovrà produrre i materiali informativi necessari all’attività di formazione degli studenti, favorendone la partecipazione consapevole al concorso. I materiali avranno quindi principalmente ad oggetto i diritti dei consumatori previsti dal Codice del Consumo, l’attività e i poteri dell’AGCM in materia. Dovranno inoltre includere informazioni generali sulle ulteriori competenze dell’AGCM (concorrenza, rating di legalità, conflitto di interessi). La Società aggiudicataria dovrà provvedere alla pubblicazione di tutti i materiali sui siti e canali di cui al punto c.

**e. Redazione di media plan, che dovrà essere strutturato per il target di riferimento, includendo un dettagliato media mix prevalentemente incentrato sui canali digitali.** L’operatore economico dovrà promuovere l’iniziativa sia mediante social ads, sia attraverso campagne pubblicitarie social, mirate per fasce d’età, località/area geografica e interessi specifici, così da reindirizzare gli utenti alla pagina del concorso. **Il media plan dovrà avere un budget minimo dedicato di 50.000 euro Iva inclusa.**

#### **SEZIONE A.1 - Modalità di esecuzione**

La Società dovrà garantire e fornire tutti i servizi sopra descritti e istituire un team dedicato, completo delle competenze richieste, per l’organizzazione e gestione delle attività previste dal progetto. Dovrà, inoltre, garantire la fornitura di servizi accessori necessari alla realizzazione del progetto e provvedere all’organizzazione, amministrazione, assistenza e quant’altro necessario alla realizzazione dell’intero servizio.

La Società si impegna, pertanto, a sostenere ogni onere, economico e/o amministrativo e/o altro, anche se non esplicitato, connesso alla progettazione ed esecuzione di tutte le attività e all’acquisizione di tutti i prodotti e i servizi funzionali previsti sia dal capitolato tecnico, sia dall’offerta tecnica presentata dalla società medesima, nel pieno rispetto della normativa vigente.



## **SEZIONE A.2 - Risorse Umane**

Prima della firma del contratto dovrà essere inviata alla stazione appaltante e al RUP del contratto la comunicazione di avvenuta costituzione del team secondo le specifiche di seguito richieste, corredata dai curricula dei singoli componenti.

### **Team minimo richiesto:**

- Direttore creativo con almeno 5 anni di esperienza nel ruolo e responsabile di una campagna su media nazionali.
- Copywriter con almeno 2 anni di esperienza nel settore.
- Media planner con almeno 2 anni di esperienza.

## **SEZIONE B**

### **REALIZZAZIONE EVENTO FINALE DI PREMIAZIONE**

La Società aggiudicataria dovrà proporre la realizzazione di un evento conclusivo da tenersi a Roma al termine del concorso, concepito come un’esperienza educativa assimilabile a quella di un viaggio di istruzione, nel corso del quale sarà consegnato il premio ai primi classificati e alle loro classi/scuole di appartenenza.

**Periodo di svolgimento:** febbraio/marzo 2026

**Obiettivi:** obiettivo principale dell’evento dovrà essere quello di approfondire ulteriormente i contenuti del concorso coinvolgendo tutti i partecipanti in un game show interattivo dal mood *edutainment*.

Pur trattandosi di un evento a carattere istituzionale, la manifestazione dovrà riuscire a combinare l’esigenza di informare con quella di intrattenere e coinvolgere una platea di studenti appartenenti alle scuole secondarie di primo e secondo grado, attraverso un’adeguata scelta di linguaggi, conduttori/animatori e strategie narrative.

**Target:** circa 500 studenti, tra vincitori del concorso e loro classi/istituti di appartenenza.

### **Attività richieste:**

- a. ideazione di un format di evento di ispirazione game show a premi coerente con le tematiche proposte nel concorso e completo di ogni elemento accessorio al suo svolgimento, come eventuali piattaforme digitali di gioco, definizione della meccanica di gioco nonché dei relativi premi, con espletamento degli eventuali relativi obblighi amministrativi;
- b. massima aderenza al concorso promosso e alle sue finalità educative/divulgative, sviluppando un game show basato su un sistema di domanda e di risposta la cui meccanica dovrà essere spiegata nel dettaglio;



- c. integrazione di alcuni meccanismi/regole del gioco a quiz tipo televisivo, prevedendo prevalentemente contenuti sulla tematica “tutela diritti del consumatore”;
- d. modalità di ingaggio e intrattenimento per coinvolgere tutto il pubblico in sala (es. il pubblico deve essere coinvolto attivamente nel gioco e seguire lo svolgersi del gioco su un *ledwall* grazie anche alla regia mobile in tempo reale);
- e. momenti di interazione con il pubblico focalizzata sulle attività dell’evento (es. game show, premiazione ecc.), per tenere sempre viva e alta la partecipazione e l’attenzione in sala;
- f. l’evento dovrà essere prodotto per la diretta streaming e la messa in onda sui canali TV nazionali;
- g. Ai vincitori del game show dovrà essere assegnato un premio del valore minimo di euro 50. L’operatore economico aggiudicatario, a proprie spese, si occuperà per conto dell’AGCM, dell’acquisto di tali premi, degli eventuali oneri fiscali, della gestione amministrativa, della documentazione e delle pratiche concorsuali correlati alla realizzazione del game show. L’evento si concluderà, pertanto, con una doppia premiazione: quella degli studenti/istituti scolastici vincitori del concorso e quella delle squadre vincitrici del game show organizzato durante l’evento.
- h. ideazione e produzione dei **trofei** celebrativi da assegnare ai vincitori del concorso e del game show;
- i. L’Autorità, con l’aiuto dell’operatore aggiudicatario, provvederà ad individuare la location in cui sarà ospitato l’evento conclusivo. Il solo affitto della sala sarà a carico dell’Autorità, mentre l’operatore economico aggiudicatario dovrà farsi carico di tutte le spese necessarie alla realizzazione dell’evento (regia, luci, wi-fi, *ledwall*, sistemi audio/video, proiettori, allestimenti ecc.). Tutti gli allestimenti e i materiali, al termine dell’evento dovranno essere smontati e rimossi dai locali a cura della società aggiudicataria.
- j. sopralluogo presso la location individuata e rilevamenti tecnici utili all’organizzazione logistica e creativa dell’evento;
- k. ideazione e realizzazione di un concept grafico/visual per la locandina dell’evento e per tutti gli allestimenti scenografici;
- l. coinvolgimento di un conduttore di comprovata esperienza nel campo di eventi riservati agli adolescenti;
- m. ingaggio di almeno un *creator* attivo sulle piattaforme di social media in ambito divulgativo-intrattenitivo con almeno 100.000 follower/iscritti complessivi sui profili collegati o afferenti;
- n. segreteria organizzativa per la gestione della partecipazione in presenza di circa n. 500 partecipanti tra studenti e accompagnatori: gestione inviti, gestione liberatorie genitori in caso di soggetti minorenni, gestione adesioni con feedback almeno settimanale;
- o. gestione prenotazioni alberghiere, stesura elenco partecipanti da aggiornare almeno settimanalmente, organizzazione dei transfer aeroporto/stazione ferroviaria/hotel/sede dell’evento (A/R);



**p.** prenotazione e acquisto camere presso struttura a trattamento a mezza pensione di livello non inferiore a 3 stelle per circa n. 500 ospiti per una notte. Le stanze dovranno essere indicativamente triple/quadruple per gli studenti e doppie per gli accompagnatori. Il pagamento delle stanze verrà effettuato dall’Autorità tramite rimborso all’operatore economico. **Pertanto il costo delle stanze non è ricompreso nella somma stimata di euro 840.000,00 IVA esclusa sulla quale andrà effettuato il ribasso percentuale.**

**q.** prenotazione e acquisto di servizi di trasporto - tramite treno, aereo o pullman GT – dei circa 500 partecipanti dal luogo di origine fino a Roma e ritorno presso la città di provenienza. Qualora gli alberghi prenotati non consentano di raggiungere a piedi la sede dell’evento, dovrà essere garantito anche il servizio di trasporto da e per l’albergo presso la sede dell’evento e viceversa.

Il pagamento del trasporto verrà effettuato dall’Autorità tramite rimborso all’operatore economico. **Pertanto il costo dei biglietti non è ricompreso nella somma stimata di euro 840.000,00 IVA esclusa sulla quale verrà effettuato il ribasso percentuale;** le spese di trasporto e alloggio dei partecipanti all’evento di cui alle precedenti lettere **p.** e **q.**, saranno rimborsate alla società aggiudicataria previa presentazione da parte della documentazione giustificativa della spesa, nella misura massima complessiva di euro **170.000,00 Iva e/o altre imposte e contributi di legge inclusi.**

**r.** ideazione/supervisione tecnica e scenografica del palco, regia dell’evento; progettazione tecnica, sistema di proiezione (dimensioni TBD), regia video, regia audio, regia luci (quindi non la sola dotazione tecnica ma anche personale tecnico qualificato in grado di progettare e seguire tutta la regia, onde consentire la messa in onda su rete televisiva nazionale), allestimento scenografico e tecnico della sala (impianti video, proiezioni, impianto audio, impianto luci, ecc.), provvedendo a reperire ed eventualmente a noleggiare tutta l’attrezzatura necessaria alla registrazione video integrale dell’evento;

**s.** selezione e condivisione con AGCM dei contributi musicali da sottofondo all’evento (es. musica filodiffusione, jingle, brani utili ad arricchire la regia ecc.) con eventuale stesura borderò SIAE;

**t.** allestimenti e arredi comprese la realizzazione e la stampa del materiale necessario all’allestimento e brandizzazione della location (es. locandina evento, poltroncine per tavole rotonde, brochure, vele, segnaletica, pannelli autoportanti, totem, roll up ecc.);

**u.** ideazione e produzione di gadget/ricordo evento per i partecipanti tenendo conto di un numero di partecipanti massimo di 500 unità complessive;

**v.** servizio fotografico, video integrale e montato da 1, 3 e 12 minuti;

**w.** catering per servizio di light lunch a buffet per massimo 500 pax, secondo le modalità specificate di seguito:

il **servizio di Catering** dovrà comprendere i trasporti da e per la sede di svolgimento dell’evento, gli allestimenti dei buffet, compresi tavoli e sedie se necessari, la fornitura di beni d’uso a rendere (tovaglie, piatti di portata, ecc.) e il vettovagliamento a perdere (di tipo monouso), oltre all’impiego del personale di servizio in numero adeguato rispetto al numero dei partecipanti.



Tutto il personale impegnato nello svolgimento del servizio dovrà indossare una uniforme ed essere in possesso delle certificazioni sanitarie previste dalla normativa vigente.

La Società aggiudicataria dovrà curare al massimo gli allestimenti del servizio, garantendo un elevato standard di qualità durante il suo svolgimento e curando, al termine dello stesso, il riordino dei locali e la rimozione di ogni tipologia di rifiuto.

Di seguito si riporta nel particolare il servizio richiesto:

**Servizio di Light Lunch (a buffet)** che dovrà, di norma, comprendere almeno:

- acqua naturale e frizzante;
- panini e tramezzini mignon misti, pizzette, salatini;
- insalate miste mono-porzione;
- primo freddo o caldo e secondo freddo o caldo, mono-porzione;
- spiedini di frutta o macedonia;
- dessert, caffè.

Il Fornitore, se richiesto, dovrà provvedere, ad invarianza di corrispettivi, alla preparazione di cibi per soggetti affetti da celiachia o con particolari qualità in caso di soggetti affetti da specifiche patologie o piatti per vegetariani/vegani.

**Programma dell’evento finale:** la durata complessiva dell’evento dovrà essere di circa 90 minuti, da suddividersi indicativamente in parti uguali tra fasi di divulgazione, intrattenimento e premiazione.

Il giorno prima dell’evento dovranno essere effettuati il preallestimento e la prova generale (regia, audio/video ecc.), mentre l’evento sarà indicativamente articolato secondo il seguente schema:

- 9.00/9.30 accoglienza dei partecipanti presso la location individuata.
- 10.00 ingresso in sala;
- 10.30 inizio evento (game show e premiazione);
- 12.30 fine evento;
- entro le ore 13.00 pranzo;
- entro le ore 14.30 ritorno verso località di partenza.
- entro le ore 15.00 disallestimento

**Ai seguenti link può essere visionato il materiale relativo all’evento di premiazione dell’edizione 2023/2024:**

#### **Fotogallery**

[https://photos.google.com/share/AF1QipOmii1Z\\_Afu\\_XAR0STwSiXucXPzqMyPPY6cozKybrrS\\_W1W8hiB0f2WsDhWWA1xvbA?pli=1&key=QXRDV2JTNUIMdy00a291dW1JQ0t6bzlaNTZ6aFVB](https://photos.google.com/share/AF1QipOmii1Z_Afu_XAR0STwSiXucXPzqMyPPY6cozKybrrS_W1W8hiB0f2WsDhWWA1xvbA?pli=1&key=QXRDV2JTNUIMdy00a291dW1JQ0t6bzlaNTZ6aFVB)

#### **Video**

<https://www.youtube.com/watch?v=NF5Co6NnZl0>



AUTORITÀ GARANTE  
DELLA CONCORRENZA  
E DEL MERCATO



*Direzione Rapporti Istituzionali, Relazioni Esterne,  
Comunicazione e Stampa*

CAPITOLATO TECNICO PER L’AFFIDAMENTO DEL SERVIZIO DI  
REALIZZAZIONE DELLA CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE PER  
L’AUTORITA’

### ***SEZIONE B.1 - Modalità di esecuzione***

La Società dovrà garantire e fornire tutti i servizi sopra descritti e istituire un team dedicato, completo delle competenze richieste, per l’organizzazione e gestione delle attività previste dal progetto. Dovrà, inoltre, garantire la fornitura di servizi accessori necessari alla realizzazione del progetto e provvedere ad organizzazione, amministrazione, assistenza e quant’altro necessario alla realizzazione dell’intero servizio.

La Società si impegna, pertanto, a sostenere ogni onere, economico e/o amministrativo e/o altro, anche se non esplicitato, connesso alla progettazione ed esecuzione di tutte le attività e di tutti i prodotti e all’acquisizione e alla realizzazione di tutti i prodotti e i servizi funzionali previsti sia dal capitolato tecnico, sia dal progetto presentato dalla società medesima, nel pieno rispetto della normativa vigente.

### ***SEZIONE B.2 - Risorse Umane***

Prima della firma del contratto dovrà essere inviata alla stazione appaltante e al RUP del contratto la comunicazione di avvenuta costituzione del team secondo le specifiche di seguito richieste, corredata dai curricula dei singoli componenti.

#### ***Team minimo richiesto:***

- Direttore creativo con almeno 5 anni di esperienza nel ruolo e responsabile di una campagna su media nazionali.
- Copywriter con almeno 2 anni di esperienza nel settore.
- 1 Regista con almeno 4 anni di esperienza nel settore
- 1 conduttore con almeno 2 anni di esperienza nel settore
- 1 creator con almeno 2 anni di esperienza nel settore



## **II. ATTIVITÀ DI FORMAZIONE RIVOLTA AI RESPONSABILI E AGLI OPERATORI DELLE ASSOCIAZIONI ADDETTI AGLI SPORTELLI PER I CONSUMATORI FINANZIATI NELL’AMBITO DEI BANDI/REGIONI MIMIT**

**Periodo di svolgimento:** settembre 2025 - dicembre 2025

**Obiettivi:** formazione dei responsabili e dei consulenti delle associazioni che operano presso gli sportelli per i consumatori e pubblicizzazione della loro presenza sul territorio.

Far conoscere il ruolo dell’Autorità in materia di tutela dei diritti dei consumatori e, nel contempo, chiarire il perimetro delle sue competenze.

Ottenere la redazione di segnalazioni all’Autorità quanto più precise ed esaustive possibile, così da rendere più rapida la trattazione del caso da parte degli uffici dell’AGCM e favorire un collegamento diretto tra gli operatori degli sportelli e l’Antitrust.

**Target:** I responsabili/operatori delle associazioni addetti agli sportelli e i consumatori.

**Attività richieste:**

- a. ideazione e progettazione dell’attività formativa e di quanto necessario alla sua realizzazione;
- b. ideazione e produzione di video formativi per gli operatori degli sportelli, i cui contenuti dovranno essere sviluppati sotto la supervisione degli uffici AGCM e dovranno essere mirati a chiarire il ruolo dell’Autorità in materia di tutela del consumatore e a circoscrivere il perimetro delle sue competenze;
- c. ideazione e produzione di video tutorial esemplificativi per la guida alla redazione delle segnalazioni all’AGCM e alla compilazione del modulo presente sul sito [www.agcm.it](http://www.agcm.it) “segnala online”;
- d. la formazione dovrà essere realizzata anche mediante la fornitura di materiale informativo sul Codice del consumo e altre iniziative utili a rendere consapevoli i consumatori sui loro diritti e sugli strumenti di cui dispongono per tutelarsi;
- e. realizzazione di materiale informativo cartaceo brandizzato, destinato ai consumatori, da distribuire a circa 450 punti informativi. I contenuti dovranno essere sviluppati con la collaborazione e la supervisione degli uffici AGCM e dovranno riguardare i diritti dei consumatori, il sistema nazionale ed europeo a tutela dei consumatori e il ruolo dell’AGCM e del MIMIT;
- f. ideazione e produzione di un messaggio pubblicitario sull’esistenza degli sportelli regionali a servizio dei consumatori, della durata massima di 40’’ da diffondere tramite televisione, radio, web e social media;
- g. declinazione grafica e testuale dei contenuti del messaggio pubblicitario per la diffusione sul web (ad esempio, banner o pop-up) e sui social media (ad esempio, social card o stories);
- h. pianificazione campagna su radio, web e social media. Il piano media dovrà essere sviluppato in coerenza con il target group per poter ottenere la migliore copertura possibile e mostrare chiaramente la ripartizione del budget, il mediamix proposto e i risultati attesi in termini di contatti. **Il media plan dovrà avere un budget minimo dedicato di euro 60.000,00 Iva inclusa.**

**Modalità di esecuzione:** la Società dovrà garantire e fornire tutti i servizi sopra descritti e istituire un team dedicato, completo delle competenze richieste, per l’organizzazione e gestione delle attività



AUTORITÀ GARANTE  
DELLA CONCORRENZA  
E DEL MERCATO



*Direzione Rapporti Istituzionali, Relazioni Esterne,  
Comunicazione e Stampa*

CAPITOLATO TECNICO PER L’AFFIDAMENTO DEL SERVIZIO DI  
REALIZZAZIONE DELLA CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE PER  
L’AUTORITA’

previste dal progetto. Dovrà, inoltre, garantire la fornitura di servizi accessori necessari alla realizzazione del progetto e provvedere ad organizzazione, amministrazione, assistenza e quant’altro necessario alla realizzazione dell’intero servizio.

La Società si impegna, pertanto, a sostenere ogni onere, economico e/o amministrativo e/o altro, anche se non esplicitato, connesso alla progettazione ed esecuzione di tutte le attività e di tutti i prodotti e servizi funzionali previsti dal capitolato tecnico e dal progetto presentato dalla società medesima, nel pieno rispetto della normativa vigente.

**Risorse Umane:** prima della firma del contratto dovrà essere inviata alla stazione appaltante e al RUP del contratto la comunicazione di avvenuta costituzione del team secondo le specifiche di seguito richieste, corredata dai curricula dei singoli componenti.

***Team minimo richiesto:***

- Direttore creativo con almeno 5 anni di esperienza nel ruolo e responsabile di una campagna su media nazionali.
- Copywriter con almeno 2 anni di esperienza nel settore.
- Media planner con almeno 2 anni di esperienza nel settore
- Esperto di formazione per target adulto con almeno 4 anni di esperienza nel settore.



### **III. CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE SUL DECALOGO PREDISPOSTO DALL’AUTORITÀ IN MATERIA DI E-COMMERCE E TRUFFE ONLINE**

Campagna di comunicazione nazionale strutturata su un messaggio pubblicitario mirato a promuovere il decalogo dell’Autorità sulle criticità degli acquisti online. Si tratta di una sorta di check list che il consumatore dovrebbe tenere presente nel momento in cui decide di effettuare acquisti online.

**Periodo di svolgimento:** giugno 2025 - settembre 2025.

**Obiettivi:** scopo dell’attività di comunicazione è quello di assicurare la più ampia conoscenza del decalogo elaborato dall’Autorità relativo alle condotte scorrette più significative rilevate nel settore dell’*e-commerce* e perpetrate dai c.d. siti truffa.

**Target:** platea di destinatari ampia, intesa come qualsiasi persona fisica che sia un potenziale acquirente di beni/servizi e come tale oggetto di tutela secondo il Codice del Consumo (decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206 e ss.mm.ii.);

#### **Attività richieste:**

- a. definizione del target group;
- b. ideazione e produzione di un messaggio pubblicitario della durata massima di 40’’ da diffondere tramite televisione, radio, web e social media. La durata e i contenuti dovranno essere sviluppati sulla base delle indicazioni degli uffici AGCM e tenendo presenti le regole di prudenza elencate nel decalogo sugli acquisti on line di seguito riportato. Il messaggio dovrà illustrare le principali problematiche degli acquisti online di prodotti o servizi, dovute alla presenza e alla sempre maggiore frequenza di cd. “*siti-truffa*” e dovrà quindi invitare il consumatore a osservare particolare cautela prima di effettuare un acquisto online, rinviando il consumatore ad approfondimenti sul sito [www.convienesaperlo.agcm.it](http://www.convienesaperlo.agcm.it), dove verrà pubblicato il decalogo.
- c. adattamento grafico e testuale dei contenuti della campagna di comunicazione per la diffusione del messaggio pubblicitario sul web (ad esempio, banner o pop-up) e sui social media (ad esempio, social card o *stories*);
- d. pianificazione campagna su radio, web e social media. Il piano media dovrà essere sviluppato in coerenza con il target group per poter ottenere la migliore copertura possibile e mostrare chiaramente la ripartizione del budget, il mediamix proposto e i risultati attesi in termini di contatti. ***Il media plan dovrà avere un budget minimo dedicato di euro 290.000 Iva inclusa.***

#### **Si riporta di seguito il “Decalogo per gli acquisti online”:**

1. Diffida di sconti eccessivi e di offerte di prodotti a prezzi irrisori o in omaggio
2. Controlla le caratteristiche del prodotto dal sito del produttore o attraverso il confronto con siti noti e conosciuti
3. Poni particolare attenzione ad acquisti che devono essere effettuati direttamente attraverso social media: è preferibile effettuare acquisti su siti di venditori che utilizzano procedure certificate



4. Analizza con attenzione assonanze sospette con altri siti (es. <https://www.marchio-itsconto.com/> o <https://www.marchio.shop/> rispetto a <https://www.marchio.com/it/>) potresti imbatterti in “siti-truffa” che, con piccole differenze, imitano quelli ufficiali di brand appartenenti a operatori rinomati
5. Verifica che la *homepage* del sito contenga le principali informazioni del venditore (denominazione, indirizzo fisico, partita iva, contatti) e le condizioni generali di vendita. In caso di dubbi o incongruenze, contatta il venditore. Non procedere ad acquisti nel caso in cui tali elementi non siano presenti
6. Cerca commenti relativi al sito in cui intendi effettuare un acquisto attraverso motori di ricerca, portali di referenze o associazioni di consumatori
7. Esamina con attenzione la correttezza linguistica dei testi pubblicati sul sito: frasi sgrammaticate o incoerenti possono costituire indizi che si tratta di un sito-truffa
8. Esamina con attenzione le procedure previste per effettuare il reso/recesso (esistenza del modulo, spese di restituzione, tempi di rimborso) e se viene indicato che il costo del reso (magari in Paesi lontani) è a carico del consumatore, come spesso accade
9. Accerta l’esistenza della garanzia legale di conformità (di 2 anni per prodotti nuovi) ed il suo contenuto. Controlla che l’operatore disponga di un servizio di assistenza post-vendita
10. Non acquistare dai siti che richiedano pagamento solo tramite bonifico, senza consentire in concreto il pagamento tramite carta di credito o altri sistemi di pagamenti tracciati.

**Modalità di esecuzione:** la Società dovrà garantire e fornire tutti i servizi sopra descritti e istituire un team dedicato, completo delle competenze richieste, per l’organizzazione e gestione delle attività previste dal progetto. Dovrà, inoltre, garantire la fornitura di servizi accessori necessari alla realizzazione del progetto e provvedere ad organizzazione, amministrazione, assistenza e quant’altro necessario alla realizzazione dell’intero servizio.

La Società si impegna, pertanto, a sostenere ogni onere, economico e/o amministrativo e/o altro, anche se non esplicitato, connesso alla progettazione ed esecuzione di tutte le attività e di tutti i prodotti e all’acquisizione e alla realizzazione di tutti i prodotti e i servizi funzionali previsti dal capitolato tecnico e dal progetto presentato dalla società medesima, nel pieno rispetto della normativa vigente.

**Risorse Umane:** prima della firma del contratto dovrà essere inviata alla stazione appaltante e al RUP del contratto la comunicazione di avvenuta costituzione del team secondo le specifiche di seguito richieste, corredata dai curricula dei singoli componenti.

**Team minimo richiesto:**

- Direttore creativo con almeno 5 anni di esperienza nel ruolo e responsabile di una campagna su media nazionali.
- Copywriter con almeno 2 anni di esperienza nel settore.
- Media planner con almeno 2 anni di esperienza nel settore.

**ART. 4 – OBBLIGHI E SPECIFICHE RELATIVE ALL’ L’ESECUZIONE DELLE INIZIATIVE I, II E III DI CUI ALL’ART. 3 DEL PRESENTE CAPITOLATO**



Di seguito si riportano le indicazioni operative cui la Società dovrà attenersi per la realizzazione del Progetto:

1. la Società aggiudicataria dovrà sottoporre all’approvazione dell’Autorità il Progetto esecutivo delle iniziative e quant’altro previsto dalle iniziative I, II e III (testi, video, progetti, eventuale casting, bozzetti, sceneggiature, illustrazioni, fotografie, ecc.);
2. il Capo Progetto di cui all’art. 3 del presente Capitolato, dovrà assicurare il massimo raccordo con l’Autorità e dovrà svolgere il ruolo di referente unico per qualsiasi questione inerente alla realizzazione dei servizi;
3. i team coinvolti dovranno partecipare a riunioni di raccordo con l’Autorità con una cadenza da definire in funzione dello svolgimento delle diverse azioni del progetto;
4. la Società dovrà interfacciarsi con l’Autorità in lingua italiana e, salvo diversa specifica richiesta, in lingua italiana dovranno essere prodotti tutti i materiali;
5. per l’intera durata del contratto la Società dovrà impegnarsi a realizzare tutti i servizi previsti dal Progetto e gestire le attività approvate rispettando la tempistica indicata dall’AGCM;
6. Qualora la Società dovesse sostituire il Capo Progetto offerto in sede di partecipazione alla gara, ciò sarà possibile solo se il sostituto proposto possieda curriculum equivalente a quello del Capo Progetto uscente ed equivalente esperienza professionale nel ruolo. La Società dovrà darne immediata comunicazione all’Autorità che si riserva comunque la facoltà di non accettare la sostituzione proposta;
7. ogni richiesta avanzata dall’Autorità dovrà ottenere riscontro da parte della Società entro 24 ore;
8. in casi particolari, l’Autorità potrà richiedere disponibilità operativa anche di sabato e nei giorni festivi, senza che questo comporti ulteriori oneri a carico di AGCM;
9. a fine lavorazione tutti i materiali realizzati dovranno essere forniti all’Autorità su supporto informatico in formato sorgente e in pdf in alta risoluzione o, per i prodotti video, nei formati previsti e dovranno essere forniti gli strumenti/software/knowhow di gestione compatibili con gli standard tecnologici in uso presso l’Autorità;
10. il materiale prodotto per il Progetto dovrà essere fruibile attraverso differenti device (es tablet, smartphone, Ipad, laptop ecc.);
11. la Società dovrà impegnarsi a non sostituire i componenti dei team per tutta la durata del Progetto, fatte salve cause di forza maggiore (malattia, trasferimenti); la sostituzione potrà avvenire soltanto con altro soggetto professionale che possieda curriculum equivalente a quello del soggetto uscente già approvato e valutato dall’Autorità in sede di gara ed equivalente esperienza professionale nel ruolo. La Società dovrà darne immediata comunicazione all’Autorità, che si riserva comunque la facoltà di non accettare la sostituzione proposta.
12. Tutte le attività del presente capitolato dovranno essere svolte in stretto raccordo e con la supervisione della Direzione Rapporti Istituzionali, Relazioni Esterne, Comunicazione e Stampa, che si riserva di richiedere modifiche, adattamenti e/o integrazioni alle soluzioni proposte e che ne approverà le versioni definitive. La Società aggiudicataria dovrà provvedere alla realizzazione delle integrazioni e/o modifiche e/o adattamenti richiesti senza oneri aggiuntivi.



13. Tutti gli oneri legati alla realizzazione delle azioni sopra indicate, anche non menzionati, e il costo del personale impiegato saranno a carico della Società. L’offerta della Società si intende “chiavi in mano”.

14. Tutti i materiali richiesti dal capitolato o proposti dal Progetto presentato dalla Società dovranno essere realizzati, stoccati, trasportati e consegnati a carico della società che si farà carico anche di consegnare i materiali - quando richiesti - in tranche successive che saranno comunicate.

L’eventuale acquisizione di materiali diversi a sostegno delle attività richieste nel presente capitolato o proposte dal progetto presentato dalla Società sono a carico della stessa.

15. L’Autorità potrà, a propria insindacabile discrezione, pubblicare e divulgare sui propri canali social i video e le tracce audio ideati e prodotti dall’operatore economico, dei quali l’Autorità acquisterà la piena proprietà. In ogni caso, tutti i materiali realizzati, gli esecutivi, tutti i diritti acquisiti (file di sorgente, video, fotografici, musicali, ecc.), nonché i progetti creativi rimarranno di proprietà dell’Autorità.

16. L’Autorità si riserva il diritto di realizzare per proprio conto altre azioni a carattere promozionale e informativo.

17. L’Autorità si riserva la facoltà di intraprendere ulteriori azioni di comunicazione con altre Società.

18. La Società aggiudicataria dovrà rispettare i tempi vincolanti delle attività, indicati nel piano di dettaglio e relativo cronoprogramma, affinché tutte le azioni e gli strumenti contemplati nel Progetto concorrano all’efficacia della realizzazione del servizio.

L’Autorità si riserva tuttavia di ritardare le tempistiche indicate nel cronoprogramma, secondo indicazioni che verranno comunicate al momento della prima riunione operativa di inizio attività. AGCM comunicherà tempestivamente eventuali variazioni.

\*\*\*\*\*