

Progetto PNRR finalizzato alla creazione di un CENTRO NAZIONALE SULLA TEMATICA DELLA BIO-DIVERSITÀ DI CUI È SOGGETTO PROPONENTE LA SOCIETÀ CONSORTILE A R.L. DENOMINATA "NATIONAL BIODIVERSITY FUTURE CENTER - SOGGETTO ATTUATORE DEL "NATIONAL BIODIVERSITY FUTURE CENTER", CODICE IDENTIFICATIVO CN00000033, CUP B73C22000790001, SPOKE 7

SERVIZIO DI PRODUZIONE E DISTRIBUZIONE DI CONTENUTI TELEVISIVI DIVULGATIVI SUI TEMI DEL MONITORAGGIO, RIPRISTINO, CONSERVAZIONE E VALORIZZAZIONE DELLA BIODIVERSITÀ IN ITALIA E NEL BACINO DEL MEDITERRANEO.

VALORE STIMATO DEL SERVIZIO POSTO A BASE D'ASTA € 532.000,00 IVA esclusa

CARATTERISTICHE DEL SERVIZIO – Art. 73 c. 2 D.Lgs. 36/2023

PREMESSA

L'Università degli Studi di Palermo ha l'esigenza dare visibilità all'attività del National Biodiversity Future Center (NBFC), il primo Centro Nazionale di Ricerca dedicato alla biodiversità con la funzione di conservare, ripristinare, monitorare e valorizzare la biodiversità italiana e mediterranea.

Si tratta di uno dei cinque centri nazionali dedicati alla ricerca di frontiera che coinvolge istituzioni e imprese in tutta Italia.

Il centro si articola in spoke tematici dedicati a mare, terre emerse e aree umide e alle città. Questi sono supportati da spoke trasversali dedicati a formazione, comunicazione, condivisione della conoscenza, e all'innovazione con lo scopo di trasformare la ricerca in valore per la società.

L'elemento centrale di NBFC è la conoscenza scientifica multidisciplinare e le competenze dei ricercatori, la grande disponibilità di informazioni aggregate nella Piattaforma Digitale della Biodiversità e lo stretto legame con il territorio (aree protette, imprese, istituzioni). Elemento centrale del centro è il legame con le strutture di intervento sul territorio e con i cittadini (Citizen Science) grazie a progettualità dedicate e strumenti di conoscenza specifici.

Al fine di sensibilizzare, sui temi della biodiversità e della sostenibilità ambientale, un pubblico vasto ed eterogeneo, intende promuovere, attraverso i mezzi appartenenti all'offerta editoriale dell'operatore economico (canali televisivi generalisti e tematici, canali radiofonici, piattaforme ottv, portali multimediali) le attività di NBFC e, in particolare, il ripristino, la



conservazione e la valorizzazione della biodiversità in Italia e nel bacino del Mediterraneo, oltre a distribuire ,su uno o più mezzi e piattaforme ,un format originale prodotto da NBFC nell' osservanza della linea editoriale e degli standard tecnici concordati con la Direzione indicata dall'operatore economico.

La stazione appaltante individuerà, insieme all' operatore economico, gli strumenti editoriali più idonei a:

- ✓ presidiare, con tutti i mezzi televisivi, radiofonici e digitali disponibili, i temi di cui sopra, lanciando una campagna di comunicazione e di sensibilizzazione che possa raggiungere il pubblico più vasto possibile;
- ✓ trattare le tematiche della biodiversità marina, terrestre e urbana nei programmi già presenti nell' offerta editoriale dell'operatore economico avvalendosi, quando possibile, dei ricercatori che collaborano con NBFC o dei divulgatori scientifici e delle figure istituzionali che lo rappresentano;
- ✓ distribuire un format originale cross-platform che possa costituire un punto di riferimento per il pubblico interessato alla materia sopra indicata e, più in generale, alla tutela dell'ambiente.

Art 1 – Modalità richieste per l'esecuzione del servizio (elemnto non negoziabile)

Verranno prese in considerazione le manifestazioni d'interesse di operatori economici appartenenti a primari gruppi editoriali operanti in Italia che possano veicolare la campagna di comunicazione di NBFC su:

- ✓ almeno due canali generalisti:
 - * a diffusione nazionale
 - * che raggiungano tutti i generi di target e la totalità della popolazione
 - * caratterizzati da una vasta offerta di programmi di intrattenimento culturale, approfondimento e divulgazione scientifica, oltre che da una spiccata propensione per la sperimentazione editoriale
 - * che hanno dedicato ampio spazio al tema della sostenibilità ambientale attraverso format e personaggi qualificati e noti al grande pubblico
- ✓ un canale e/o una piattaforma multimediale dedicati ai programmi educativi per ragazzi che frequentano le scuole secondarie e i loro insegnanti
- ✓ una piattaforma ottv che si posizioni tra le prime esistenti in Italia per quanto riguarda, in generale, i consumi non lineari di “long form” e, nello specifico, per l'offerta di contenuti di qualità appartenenti ai generi infotainment e edutainment
- ✓ uno o più canali radiofonici, oltre ad una piattaforma di streaming audio, in grado di interagire con la programmazione dei mezzi sopra elencati

Art 2 - Descrizione del servizio richiesto

2/A Partecipazione ai programmi del media partner

All'operatore economico è richiesto, compatibilmente con l'autonomia editoriale delle testate e dei programmi coinvolti nella campagna, di favorire la veicolazione dei contenuti di NBFC sui propri mezzi, trattando i temi sopra esposti nelle trasmissioni a target più rilevanti tra quelle che compongono la sua offerta editoriale ,ospitando i ricercatori e i divulgatori scientifici che rappresentano il Centro.

Per sostenere una comunicazione multiplatforma si richiede inoltre di poter effettuare rimandi ad eventuali approfondimenti sulle piattaforme digitali di NBFC (Biodiversity Science Gateway) e dei suoi Partner (Istituti e Università) oltre a promuovere le attività divulgative organizzate sul territorio.

A tal fine, l'operatore economico, s'impegna a fornire alla stazione appaltante un piano di comunicazione in cui indicherà, specificando i tempi e le modalità di partecipazione ed emissione/pubblicazione , le trasmissioni più idonee ospitare temi e personaggi sopra citati.

Per la campagna in oggetto, si richiede un'esposizione su tutte le piattaforme coinvolte, da maggio a dicembre 2025 (8 mesi).

In particolare, visto il suo ruolo di riferimento della materia per l'Italia e il bacino del Mediterraneo, si richiede una particolare attenzione nei confronti di NBFC durante la "giornata mondiale della biodiversità" che ricorre il 22 maggio 2025.

Tale attività non sostituisce quella già svolta dall'ufficio stampa di NBFC con tutti i mezzi d'informazione nazionali, ma costituisce una forma di collaborazione preferenziale con l'operatore economico al quale, assumendo il ruolo di media partner, si richiede di proporre, all'interno del piano di comunicazione, anche eventuali spin off, speciali o segmenti rilevanti di sue produzioni già note per aver trattato le tematiche oggetto della convenzione.

La Stazione Appaltante considera come esposizione minima richiesta all'operatore per la campagna:

- 4 uscite al mese, di cui 2 sui mezzi televisivi generalisti e 2 sui mezzi tematici dedicati ai ragazzi delle scuole secondarie di primo e secondo grado, con pubblicazione di tutti i contenuti anche sulle piattaforme di streaming
- 2 uscite al mese sui mezzi radiofonici / podcast
- Nel mese di maggio 2025 si richiede la realizzazione di almeno uno speciale, dedicato al tema della biodiversità, di una o più trasmissioni di divulgazione scientifica, approfondimento o intrattenimento già note al grande pubblico.

Per “uscita” s’intende un servizio o rubrica di un contenitore/magazine o l’inserimento nella scaletta di qualsiasi altro tipo di programma (es. talk) di un tema suggerito da NBFC con il coinvolgimento in studio o in esterna di un suo ricercatore o divulgatore scientifico.

Almeno il 30% delle “uscite” sui mezzi generalisti dovranno riguardare programmi di prima e seconda serata mentre, per il restante 70% trasmissioni collocate nel daytime.

Tutti i contenuti relativi al piano di comunicazione offerto a NBFC dovranno essere presenti sulle piattaforme multimediali indicate dall’operatore economico per almeno 12 mesi dalla loro pubblicazione.

A livello operativo, NBFC designerà una o più figure di raccordo tra il Centro di ricerca e le strutture editoriali indicate dall’operatore economico, per fornire, durante l’intera durata della convenzione, proposte di argomenti da trattare e di personaggi da ospitare nei programmi televisivi e radiofonici già esistenti nei palinsesti.

La loro partecipazione, nei tempi e nei modi stabiliti dall’operatore economico, avverrà a titolo gratuito.

Le proposte saranno corredate da una documentazione (testi, video e fotografie) utili a favorire l’approfondimento delle tematiche e la copertura televisiva delle iniziative di sensibilizzazione promosse dal Centro di ricerca e dai suoi Partner.

2/A Distribuzione di un format televisivo originale prodotto da NBFC

Per completare la campagna di comunicazione articolata e crossmediale, la stazione appaltante richiede all’operatore economico la distribuzione di due programmi prodotti da NBFC ,a partire dal mese di settembre 2025 ,entro il periodo di validità dell’accordo, su uno o più canali, negli spazi di palinsesto adeguati al loro target oltre che su una primaria piattaforma di streaming (ottv) che consenta la fruizione on demand dei contenuti.

I programmi in questione, mirati , uno sul pubblico di una televisione generalista che tratti frequentemente i temi legati alla sostenibilità ambientale, e l’altro sugli studenti e gli insegnanti delle scuole secondarie di secondo grado, appartengono al genere infotainment o intrattenimento culturale e si basano su un format originali di cui la stazione appaltante ha la piena titolarità.

I format hanno le seguenti caratteristiche :

Originalità e unicità, sia nel concept che nel linguaggio, in modo da risultare riconoscibili e notiziabili;

Prospettiva seriale, che possa consentire, in caso di gradimento da parte dell'Editore e del pubblico, una possibile prosecuzione delle serie anche al termine dell'accordo in oggetto, secondo modalità di finanziamento da concordare (branded content, nuove convenzioni, budget editoriale);

Nativi cross platform per sostenere una campagna di comunicazione transmediale.

Connessi ad altre attività (digital - eventi) promosse da NBFC in modo da creare un ecosistema di contenuti che dialoghino tra loro al fine di sensibilizzare tutte le categorie di pubblico raggiunte dai mezzi dell'editore;

in grado di alimentare più piattaforme con contenuti dedicati a target diversi;

adatti a generare spin off per allargare la portata o allungare la durata della campagna stessa.

Condotti da un cast eterogeneo guidato da un divulgatori scientifici di fama nazionale e basati sul coinvolgimento e la valorizzazione dei ricercatori o divulgatori scientifici degli istituti partner di NBFC che, attraverso le loro testimonianze dirette, rendano più appassionante e tangibile il tema della biodiversità avvicinandolo al grande pubblico;

Approccio multidisciplinare alle materie scientifiche realizzato attraverso l'interazione di esperti di NBFC con personaggi provenienti dal mondo della cultura, dello spettacolo e dell'informazione;

Predisposizione ad accogliere in futuro brand integration valoriali (di aziende partner di NBFC o altre sensibili ed impegnate nelle tematiche ambientali) offrendo una realistica prospettiva di prosecuzione della campagna sulla biodiversità anche dopo il termine della convenzione con l'Editore.

La serie principale, composta da 6 episodi della durata di 24' (o superiore in base allo slot identificato dall'Editore) da trasmettere su una televisione generalista, lancerà 6 approfondimenti della stessa durata o di durata inferiore, da distribuire su canali e/o piattaforme tematiche dedicati agli studenti e agli insegnanti delle scuole secondarie di secondo grado in modo da consentirne l'utilizzo anche come strumenti didattici.

Entrambe le produzioni verranno commissionate da NBFC a case di produzione selezionate dalla stazione appaltante.

La stazione appaltante e i responsabili della comunicazione di NBFC sono disponibili ad adattare i format proposti in base alla loro collocazione (canale, fascia oraria, periodo di programmazione) oltre che a seguire le direttive editoriali e tecniche indicate dall'operatore economico attraverso le strutture di competenza al fine di raggiungere la massima integrazione con il palinsesto e la piattaforma distributiva.



Art. 3 – Diritti (Elemento non negoziabile)

Tutti i diritti sul format originale prodotto da NBFC di cui all'art.2 appartengono alla stazione appaltante che s'impegna a cederli gratuitamente all'operatore economico durante il periodo della convenzione.

La cessione dei diritti sulle puntate prodotte e distribuite sui mezzi indicati dall'operatore economico avrà invece durata illimitata.

L'operatore economico s'impegna a cedere alla stazione appaltante, senza costi aggiuntivi e per durata illimitata, l'utilizzo di estratti dalle trasmissioni coinvolte nel piano di comunicazione dedicato a NBFC per consentirgli la realizzazione di contenuti brevi da distribuire sui suoi social, su quelli dei suoi Partner e sul "Biodiversity Science gateway" (portale di raccolta dei dati scientifici resi disponibili alla comunità scientifica in open access).

Art. 4 – Tempistiche

La durata del servizio di realizzazione e distribuzione dei contenuti elencati all'art. 1 e 2 di questa relazione tecnica va dalla stipula contrattuale fino al 31/12/2025.

Il Dirigente dell'Area
Affari Generali e Centrale Acquisti
Ing. Giorgio Martinelli