

# CAPITOLATO TECNICO

## ATTIVITÀ COMUNICAZIONE DEL CLUB ALPINO ITALIANO

CIG B7D7E0D321

### Premessa

Il Club Alpino Italiano (di seguito denominato “CAI”) è una libera associazione nazionale che ha come scopo l’alpinismo in ogni sua manifestazione, la conoscenza e lo studio delle montagne, specialmente di quelle italiane, e la difesa del loro ambiente naturale.

La comunicazione digitale riveste un ruolo strategico nella diffusione dei valori fondanti del Sodalizio, nell’illustrare le attività centrali e territoriali promosse dall’Ente e nel rafforzare la relazione con soci, cittadini, istituzioni, comunità montane e pubblico generalista. In questo contesto, il CAI intende potenziare la propria presenza online mediante una gestione strutturata, professionale e continuativa dei canali social e digitali ufficiali.

Attualmente l’Ente si avvale di un operatore economico esterno per lo svolgimento delle attività di comunicazione digitale, il cui contratto è in fase di scadenza. Il CAI intende pertanto procedere alla selezione di un nuovo soggetto economico qualificato, in grado di garantire la pianificazione, produzione, pubblicazione, monitoraggio e aggiornamento dei contenuti destinati ai canali social media e digitali dell’Ente, in stretta sinergia con la Direzione Comunicazione e la Presidenza.

Tale servizio non si sovrappone alle attività di ufficio stampa, già organizzate su un altro asse contrattuale, ma si concentra esclusivamente sulle azioni di comunicazione digitale e social media management, finalizzate a:

- Veicolare i progetti e i valori del CAI in modo coerente, accessibile e multicanale;
- Rafforzare la community online e l’interazione con il pubblico;
- Aumentare la visibilità e la reputazione del CAI nel panorama nazionale;
- Supportare la comunicazione digitale di eventi, progetti speciali, campagne e ricorrenze.

L’attività dovrà essere svolta nel rispetto degli indirizzi programmatici e delle priorità stabilite dalla Presidenza e dagli organi nazionali del CAI, nonché in raccordo funzionale con le altre strutture operative della comunicazione istituzionale, compresi “*Lo Scarpone*”, “*La Rivista*” e l’ufficio stampa.

## Art. 1 – Oggetto dell'appalto

1. L'appalto ha per oggetto l'affidamento del servizio di gestione, sviluppo e presidio continuativo della comunicazione digitale e dei canali social media istituzionali del Club Alpino Italiano (CAI), con riferimento alle attività di content creation, pubblicazione, monitoraggio e interazione con le community online.
2. Il servizio comprende la pianificazione strategica, la produzione e gestione operativa dei contenuti destinati ai canali digitali del CAI (sito, social network, canali audio/video), in coerenza con gli obiettivi istituzionali e programmatici dell'Ente e in racconto con il referente interno designato.
3. L'appaltatore dovrà garantire:
  - a. La progettazione e aggiornamento mensile del piano editoriale multicanale, da condividere preventivamente con il CAI;
  - b. La produzione di contenuti digitali originali (testi, grafiche, video, reel, stories, caroselli, motion graphic, infografiche, slideshow, ecc.);
  - c. La programmazione e pubblicazione regolare su tutti i canali social ufficiali dell'Ente;
  - d. La gestione dell'interazione con il pubblico e la moderazione dei commenti secondo le policy fornite dal CAI;
  - e. La realizzazione di format digitali specifici per eventi, progetti strategici e campagne istituzionali;
4. I canali social online oggetto dell'appalto, in via non esaustiva, sono i seguenti

### Facebook

- a. Club Alpino Italiano - @clubalpinoitaliano
- b. Sentiero Italia CAI - @sentieroitaliacai
- c. Lo Scarpone - @loскарponecai
- d. Centro Nazionale Coralità - @centronazionalecoralita

### Instagram

- a. Club Alpino Italiano - @clubalpinoitaliano
- b. Sentiero Italia CAI - @sentieroitaliacai
- c. Libri CAI - @libricai
- d. Lo Scarpone - @loскарponecai
- e. Giovani CAI - @giovanicai

### Twitter (X)

- a. Club Alpino Italiano - @CAI\_social
- b. Sentiero Italia CAI - @SentieroItalia

### YouTube

- a. Club Alpino Italiano - @clubalpinoitaliano
- b. Sentiero Italia CAI - @sentieroitaliacai

### Flickr

- a. Club Alpino Italiano - <http://www.flickr.com/photos/clubalpinoitaliano>
  - b. Sentiero Italia CAI - <http://www.flickr.com/photos/sentieroitaliacai>
5. L'elenco potrà essere aggiornato durante l'esecuzione del contratto in caso di attivazione o dismissione di ulteriori canali ufficiali, previa comunicazione formale da parte del CAI.
6. Il servizio richiesto comprende anche:
- a. Copertura di eventi (fino a un massimo di 40 in presenza e 20 online nel biennio contrattuale);
  - b. Monitoraggio dei trend digitali e delle metriche di performance;
  - c. Sviluppo di collaborazioni digitali con creator, community o realtà di settore affini.
7. L'appaltatore dovrà inoltre garantire il supporto operativo e creativo di un Laboratorio Grafico, finalizzato alla cura, coerenza e sviluppo dell'identità visiva del Club Alpino Italiano, sia nei contenuti social che nei materiali promozionali, editoriali e multicanale. Il laboratorio sarà responsabile dell'adattamento grafico dei contenuti secondo le linee guida esistenti e, in raccordo con le strutture di riferimento, potrà proporre aggiornamenti e ottimizzazioni visive. È richiesta la capacità di presidiare l'intera filiera del visual content: progettazione, produzione e post-produzione grafica, motion design e visual storytelling.

## **Art. 2 – Condizioni generali**

1. Il servizio oggetto dell'appalto dovrà essere svolto nel pieno rispetto dell'identità istituzionale, dei valori statutari e degli obiettivi strategici del Club Alpino Italiano, con particolare attenzione alla:
- a. Valorizzazione dell'immagine pubblica del CAI;
  - b. Promozione della cultura della montagna, dell'ambiente e della sostenibilità;
  - c. Comunicazioni inclusiva e accessibile, conforme agli standard WCAG 2.2;
  - d. Diffusione capillare delle attività e dei progetti nazionali e territoriali con valenza sovralocale.
2. L'attività dovrà garantire la continuità del presidio digitale, la tempestività delle pubblicazioni, la qualità formale e contenutistica dei materiali, nonché il rispetto del piano editoriale concordato con la Direzione Comunicazione del CAI.
3. Il servizio dovrà essere omnicomprensivo, intendendosi incluso nel corrispettivo contrattuale ogni onere connesso alla regolare esecuzione delle attività previste all'art. 1, ad eccezione delle spese di trasferta debitamente autorizzate ed eventuali acquisti di diritti o licenze extra richieste specificamente dal CAI.
4. Il servizio dovrà includere anche un presidio costante dell'identità visiva dell'Ente, da realizzarsi tramite un team dedicato alla grafica e alla produzione multimediale. In coordinamento con le strutture di riferimento, l'appaltatore sarà chiamato a mantenere omogeneità stilistica e coerenza visiva in tutti i canali digitali e nei materiali connessi a campagne, eventi e progetti istituzionali. A tal fine, dovrà curare un archivio aggiornato di template, elementi visuali e strumenti di identità del brand CAI.
5. Il CAI si impegna a:
- a. Fornire i materiali istituzionali e gli accessi ai canali digitali;
  - b. Condividere con l'aggiudicatario l'agenda delle attività e il piano eventi trimestrale;

- c. Indicare i referenti tematici per progetti specifici e le autorizzazioni necessarie alla pubblicazione.
6. L'aggiudicatario dovrà:
- a. Proporre e aggiornare mensilmente il piano editoriale multicanale, sottoponendolo all'approvazione della Direzione Comunicazione CAI.
  - b. Garantire la programmazione e pubblicazione settimanale dei contenuti nei formati e con la frequenza previsti dagli Allegati al presente capitolato;
  - c. Gestire, in modo autonomo ma coordinato, i flussi di pubblicazione su tutti i canali social ufficiali (Facebook, Instagram, X, YouTube, Flickr, eventuali altri attivati);
  - d. Produrre report mensili delle attività svolte, contenenti metriche, reach, insight qualitativi e quantitativi.
7. Le attività extra-sede, quali la copertura in presenza di eventi, conferenze, manifestazioni e incontri su tutto il territorio nazionale (fino a un massimo di 60 eventi nel biennio contrattuale), dovranno essere:
- a. Programmate su base trimestrale, con proposta operativa dell'affidatario;
  - b. Autorizzate preventivamente dal CAI;
  - c. Rendicontate a consuntivo tramite relazione dettagliata comprensiva di: obiettivi, contenuti trattati, mezzi e testate coinvolte, visibilità ottenuta.
- L'attività di copertura potrà comprendere la produzione live di contenuti, la creazione di materiali riassuntivi (post evento) e la documentazione video/foto.
8. Le trasferte fuori sede, ove strettamente funzionali alla corretta esecuzione del servizio, saranno rimborsate a piè di lista, secondo i criteri vigenti per i collaboratori del CAI (trasporto, vitto/alloggio documentati). Esse non sono incluse nel corrispettivo forfettario dell'appalto.
9. Per gli eventi online (fino a un massimo di 20), l'aggiudicatario dovrà supportare la gestione tecnica delle dirette social e/o videoconferenze, fornendo strumenti adeguati e assicurando assistenza prima e durante l'evento.
10. Il servizio dovrà essere erogato in forma continuativa con:
- a. Presidio giornaliero nei giorni feriali;
  - b. Reperibilità per esigenze straordinarie nei weekend e festivi, previo coordinamento con il CAI;
  - c. Rispetto degli indicatori di performance e dei tempi di risposta definiti negli Allegati al presente capitolato tecnico. In caso di mancato raggiungimento sistematico degli obiettivi minimi (per 2 trimestri consecutivi), il CAI potrà attivare i meccanismi di contestazione previsti dal contratto, fino alla risoluzione per inadempimento grave.
11. Su richiesta formale da parte dell'Ente, l'aggiudicatario potrà garantire l'erogazione di servizi di grafica e impaginazione per progetti ed eventi promossi da commissioni, scuole, strutture operative e altri organi CAI, qualora questi abbiano rilevanza nazionale o sovranazionale.

- a. Tali servizi, eccedenti l'ordinaria attività prevista nel presente capitolato e non inclusi nel piano editoriale mensile, saranno retribuiti sulla base delle tariffe indicate nell'Allegato 3 – Tabellario Servizi Grafici Extra.
  - b. L'autorizzazione e l'avvio dell'attività extra avverranno previa approvazione scritta da parte dell'Ente.
12. L'aggiudicatario dovrà disporre di una dotazione organica dedicata e qualificata, composta almeno da:
- a. Social Media Manager con esperienza documentata (min. 3 anni) in contesti istituzionali o associativi;
  - b. Content Creator con esperienza nella produzione di contenuti digitali testuali e audiovisivi (min. 3 anni), con capacità di adattamento al tono editoriale dell'Ente.
13. Il servizio dovrà prevedere l'utilizzo di strumenti professionali di pubblicazione e analisi (es. Meta Business Suite, Hootsuite, Suite Google, Canva Pro, Adobe CC, strumenti per il listening e la reportistica digitale).
14. Tutti i contenuti e materiali realizzati nell'ambito del presente appalto (testi, comunicati, immagini, video, grafiche, report) saranno di proprietà esclusiva del CAI, che ne conserverà i diritti d'uso e di pubblicazione, senza limiti temporali o territoriali.
15. È ammesso il subappalto nei limiti e alle condizioni previste dalla normativa vigente, purchè non superi la quota stabilita per legge. L'appaltatore resterà comunque unico responsabile nei confronti del CAI per l'esecuzione di tutte le prestazioni contrattuali.

### **Art. 3 – Importo contrattuale a base d'asta**

1. L'importo soggetto a ribasso è di € 60.000,00 (IVA esclusa) per una durata contrattuale di dodici mesi, per i servizi oggetto del presente capitolato ad eccezione dei servizi a richiesta dell'Ente di grafica e impaginazione, di cui al comma 11 del precedente articolo.
2. Per i citati servizi a richiesta è previsto un importo ulteriore annuo di € 5.000,00 (Iva esclusa) non soggetto a ribasso. L'operatore dovrà compilare la tabella di cui all'allegato 3 inserendo i prezzi unitari.
3. Essendo il servizio richiesto di natura intellettuale, non è previsto il riconoscimento degli oneri della sicurezza.

### **Art. 4 – Durata del contratto**

Il contratto avrà una durata di dodici mesi con decorrenza dal 01.10.2025. Alla scadenza è facoltà dell'Ente affidare il servizio per ulteriori dodici mesi alle medesime condizioni contrattuali.

### **Art. 5 – Penali**

1. Per ogni giorno di ritardo sulle scadenze indicate dal CAI per l'esecuzione dei servizi indicati nel presente Capitolato, per cause imputabili all'Aggiudicatario dell'appalto, verrà applicata una penale di € 100,00 (cento/00).

2. Il mancato raggiungimento degli obiettivi minimi indicati agli allegati 1 e 2 al presente capitolato, per cause imputabili all'Aggiudicatario dell'appalto, comporta l'applicazione di una penale di € 200,00 (duecento/00) per ogni obiettivo non raggiunto.

**Art. 6 - Facoltà di procedere all'esecuzione del servizio nelle more della sottoscrizione del contratto d'affido.**

Il CAI si riserva la facoltà di autorizzare l'inizio del servizio in via d'urgenza, nelle more del perfezionamento contrattuale, ai sensi di quanto consentito dall'art. 17, comma 8, del D.Lgs. n. 36/2023.

## ALLEGATO 1 – INDICATORI DI PERFORMANCE

La qualità, l'efficacia e la tempestività delle prestazioni rese dall'affidatario saranno verificate periodicamente dal CAI, anche ai fini della valutazione della regolare esecuzione del contratto, sulla base di indicatori di performance (KPI) oggettivi e misurabili.

I seguenti indicatori saranno utilizzati come parametri di riferimento per il monitoraggio del servizio:

AREA	INDICATORE	DESCRIZIONE	OBIETTIVO MIN.
<b>Pianificazione</b>	Piano editoriale mensile	Consegna e approvazione entro il 25 del mese precedente	100% mesi
<b>Produzione contenuti</b>	Contenuti multicanale pubblicati	Totale mensile di contenuti originali prodotti e pubblicati su tutti i canali	≥ 50/mese
	Diversificazione format	Presenza di almeno 3 formati (post, stories, reel/video, infografiche)	Ogni mese
<b>Social media growth</b>	Crescita follower Instagram	Numero complessivo follower (tra tutti gli account IG ufficiali CAI)	+ 250.000/anno – obiettivo: ≥ 500.000 a fine biennio
	Collaborazioni attivate	Attivazione e gestione di collaborazioni con influencer, creator, altre pagine	≥ 8 attive nel biennio
<b>Engagement e reach</b>	Engagement medio organico	Interazioni rispetto al numero di follower su IG e FB	≥ 5%
	Reach media mensile (tutti i canali)	Utenti raggiunti da contenuti organici e sponsorizzati	≥ 200.000/mese
<b>Eventi digitali e fisici</b>	Copertura eventi (live/post evento)	Presenza o support a eventi su richiesta CAI	≥ 90% richieste (fino a 40 fisici + 20 online)
<b>Reportistica</b>	Report mensile + KPI	Consegna con dati quantitativi e proposte qualitative	100% mesi
	Proposte migliorative trimestrali	Aggiornamenti strategici, nuove linee di comunicazione	≥ 4/anno

Gli indicatori sopra riportati potranno essere aggiornati o integrati, su proposta del CAI o dell'affidatario, previo confronto e approvazione formale da parte della Direzione Comunicazione del CAI.

## ALLEGATO 2 – FREQUENZE E VOLUMI MINIMI DI PUBBLICAZIONE PER CANALE

<b>Piattaforma/Canale</b>	<b>Contenuti minimi/mese</b>	<b>Tipologia contenuto attesa</b>	<b>Note operative</b>
<b>Facebook CAI</b>	12 post	Notizie CAI, articoli Lo Scarpone, foto eventi, campagne	Di cui ≥2 rilanci “Lo Scarpone”
<b>Facebook SICAI</b>	8 post	Itinerari, tappe, aggiornamenti e backstage	Coordinamento con Progetto SICAI
<b>Facebook “Lo Scarpone”</b>	8 post	Teaser articoli, notizie di rilievo	Collaborazione con redazione
<b>Facebook “Centro Coralità”</b>	4 post	Concerti, interviste, contenuti specifici	Solo nei mesi con eventi
<b>Instagram CAI</b>	15 post + 20 stories	Visual outdoor, storytelling soci, contenuti informative e divulgativi, video formato breve	Reel ≥4/mese; stories attive ≥5/settimana
<b>Instagram SICAI</b>	10 post + 10 stories	Esperienze in cammino, immagini tappa, aggiornamenti e backstage	Coordinamento con Progetto SICAI
<b>Instagram Libri CAI</b>	4 post + 6 stories	Lancio titoli, citazioni, grafiche tematiche	Sinergia con editoria
<b>Instagram “Lo Scarpone”</b>	8 post + 8 stories	Teaser articoli, notizie di rilievo, highlights	Collaborazione con redazione
<b>Instagram CAI Giovani</b>	6 post + 10 stories	Eventi giovani, sondaggi, trend, video IG	Linguaggio fresco e visual dinamici
<b>X CAI</b>	15 tweet	Notizie brevi, collegamenti istituzionali, rilanci	
<b>X SICAI</b>	10 tweet	Avvisi tappe, citazioni, logistica	
<b>YouTube CAI</b>	2 video	Format narrativi, montaggi da eventi, CAI Talks	
<b>YouTube SICAI</b>	1 video	Documentari brevi, presentazioni o dirette registrate	
<b>Flickr CAI</b>	2 album	Eventi, escursioni, montagna accessibile	Album ≥15 immagini, con didascalie

<b>Flickr SICAI</b>	2 album	Foto itinerari, punti tappa, soci in cammino	Album etichettati per tappa/regione
---------------------	---------	--	-------------------------------------

Gli indicatori sopra riportati potranno essere aggiornati o integrati, su proposta del CAI o dell'affidatario, previo confronto e approvazione formale da parte della Direzione Comunicazione del CAI.

### ALLEGATO 3 – TABELLARIO SERVIZI GRAFICI EXTRA

<b>N.</b>	<b>Servizio</b>	<b>Descrizione</b>	<b>Output atteso</b>	<b>Costo unitario (€ IVA escl.)</b>
<b>1</b>	Locandina	Impostazione grafica evento (max. 2 formati)	PDF pronto stampa + JPG per web/social	
<b>2</b>	Brochure informativa	Impaginazione fino a 8 facciate A5	PDF + file modificabile	
<b>3</b>	Banner social	3 formati (FB/IG story/Post + Header X)	PNG + adattamento mobile	
<b>4</b>	Report grafico	Impaginazione PDF fino a 10 pagine (consegna testi da parte del CAI)	PDF finale + file sorgente	
<b>5</b>	Adattamento logo/brand specifico	Restyling su base template CAI	PNG + vettoriale	
<b>6</b>	Infografica tematica	Rappresentazione visuale di dati o flussi	JPG/PNG + sorgente modificabile	
<b>7</b>	Cartellonistica semplice	Grafica formato A3/A2 da stampa interna	PDF + sorgente	
<b>8</b>	Layout kit social (carosello)	5 slide formato post + copertina	PNG + sorgente	
<b>9</b>	Copertina e grafica mini-pubblicazione	Impaginazione copertina + 2 layout interni	PDF pronto stampa	
<b>10</b>	Press kit grafico	Adattamento del press kit istituzionale per eventi o progetti (template + grafica)	PDF + cartella materiali coordinati (testo + logo + immagini)	
<b>11</b>	Presentazione PowerPoint	Adattamento del template istituzionale CAI	File .pptx modificabile + versione PDF preview	
<b>12</b>	Roll-up	Layout grafico verticale 85x200 o 100x200cm	PDF pronto stampa + adattamento loghi partner	
<b>13</b>	Servizio grafico urgente (entro 72h)	Supplemento per servizio richiesto in urgenza	Tutti i format digitali	Maggiorazione +30%

## **Note integrative**

### **1. Tempistiche per servizi urgenti**

I servizi indicati al punto 13 si intendono come in previsione di consegna entro 72 ore lavorative dalla conferma scritta da parte dell'Ente.

Le richieste ricevute dopo le ore 12:00 si considerano pervenute il giorno lavorativo successivo.

In caso di richiesta di lavorazione durante festivi o weekend, l'agenzia potrà applicare un'ulteriore maggiorazione fino al +50%, previa autorizzazione espressa in forma scritta.

### **2. Modalità di compilazione dell'allegato**

Tutti i costi unitari riportati nella colonna finale di ciascun servizio dovranno essere compilati a cura dell'agenzia partecipante in fase di presentazione dell'offerta.